

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA  
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MARKETINGU A OBCHODU

Měření spokojenosti obyvatel mikroregionu  
Residents Satisfaction Measurement in the Microregion

Student: Bc. Jakub Rozsívál  
Vedoucí diplomové práce: Ing. Petr Baránek, Ph.D.

Ostrava 2016

VŠB - Technická univerzita Ostrava  
Ekonomická fakulta  
Katedra marketingu a obchodu

## Zadání diplomové práce

Student: **Bc. Jakub Rozsival**  
Studijní program: N6208 Ekonomika a management  
Studijní obor: 6208T062 Marketing a obchod  
Téma: **Měření spokojenosti obyvatel mikroregionu**  
**Residents' Satisfaction Measurement in the Microregion**

Jazyk vypracování: čeština

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
2. Charakteristika Mikroregionu Plumlovsko
3. Teoretická východiska měření spokojenosti
4. Metodika výzkumu
5. Analýza výsledků výzkumu
6. Návrhy a doporučení
7. Závěr

Seznam použité literatury

Seznam zkratek

Prohlášení o využití výsledků diplomové práce

Seznam příloh

Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

- KARLÍČEK, M. et al. *Základy marketingu*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4208-3.  
MALHOTRA, Naresh K. *Marketing Research: An Applied Orientation*. 6th Ed. New Jersey: Prentice Hall, 2010. 929 p. ISBN 0-13-609423-6.  
ŠFEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Úspěšná nezisková organizace*. 2. vyd. Praha: Grada, 2011. 155 s. ISBN 978-80-247-4041-6.

Formální náležitosti a rozsah diplomové práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Petr Baránek, Ph.D.**

Datum zadání: 20.11.2015

Datum odevzdání: 22.04.2016




  
doc. Ing. Vojtěch Spáčil, CSc.  
vedoucí katedry

  
prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová  
děkanka fakulty

„Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou diplomovou práci, včetně příloh, vypracoval samostatně.“

V Ostravě dne 22. dubna 2016

  
\_\_\_\_\_  
Jakub Rozsival

## **Poděkování**

Tímto bych chtěl poděkovat Ing. Petru Baránkovi, Ph.D., vedoucímu mé diplomové práce, za odborné vedení, ochotu, obětovaný čas, pomoc a cenné rady, které mi byly poskytnuty při zpracování mé diplomové práce.

## Obsah

1 Úvod .....	5
2 Charakteristika Mikroregionu Plumlovsko .....	7
Cíle mikroregionu .....	7
Vize mikroregionu.....	8
Geografie .....	8
2.1 Obyvatelstvo mikroregionu .....	9
Nezaměstnanost.....	9
Školství.....	10
Zdravotnictví a sociální péče.....	10
2.2 Kultura a sport .....	11
Kulturní zajímavosti .....	11
Sport .....	13
2.3 Infrastruktura .....	13
Dopravní infrastruktura .....	13
Technická infrastruktura .....	14
Zásobování elektrickou energií a plynem .....	14
Zásobování vodou a odvádění a likvidace odpadních vod.....	15
2.4 Hospodářská sféra .....	15
2.5 Cestovní ruch.....	16
2.6 Aktivitty pro plnění cílů .....	18
3 Teoretická východiska měření spokojenosti .....	20
3.1 Spokojenost .....	20
Spokojený zákazník.....	22
Faktory posilující spokojenost .....	24
Důsledky spokojenosti .....	24
3.2 Měření spokojenosti .....	25

Význam výzkumu spokojenosti .....	27
3.3 Marketingový výzkum jako metoda měření spokojenosti .....	28
Dotazníkové šetření .....	29
Dělení uzavřených otázek .....	30
Škály .....	31
Likterova a Stapelova škála .....	31
3.4 Úspěšná nezisková organizace .....	32
Způsobilosti .....	32
Public relations .....	32
Fundraising .....	33
Marketing .....	33
4 Metodika výzkumu .....	34
4. 1 Přípravná fáze .....	34
4. 2 Realizační etapa .....	37
4. 3 Struktura respondentů .....	38
5 Analýza výsledků výzkumu .....	42
Důležitost faktorů pro spokojenost se životem .....	43
Spokojenost s komunikací .....	45
Trávení volného času .....	46
Životní prostředí .....	51
Dopravní infrastruktura .....	53
Problémové okruhy .....	54
6 Návrhy a doporučení .....	56
7 Závěr .....	60
Seznam použité literatury .....	61
Seznam zkratk .....	64
Seznam příloh .....	

# 1 Úvod

Dříve fungovaly na území České republiky okresní shromáždění a okresní úřady. Koncem roku 2002 byly tyto subjekty zrušeny. Nastala tedy otázka, jak je nahradit. Funkce okresních úřadů byly přeneseny na obce s rozšířenou působností a kraje. Stále však není vyřešen problém, jak alespoň částečně nahradit okresní shromáždění. Jako vhodné řešení se jeví využití práva dle Zákona o obcích č. 128/2000 Sb. a na jeho základě vytvořit svazek obcí za účelem ochrany a prosazování společenských zájmů. Spojení zejména sousedících obcí se nazývá mikroregionem.

Jedním z takových to svazků obcí je i Mikroregionu Plumlovsko, na který se diplomová práce zaměřuje. Mikroregion se nachází na území Olomouckého kraje v okrese Prostějov. Do členských obcí svazku patří město Plumlov, podle kterého je i mikroregion pojmenován, a šest obcí –Mostkovice, Ohrozim, Krumsín, Prostějovičky, Vícov a Stínava.

Představitelé mikroregionu se snaží dělat maximum pro plnění cílů organizace. Mezi tyto cíle patří také mít spokojené občany. Avšak spokojenost lze považovat za subjektivní pocit ovlivněný řadou nesčetných faktorů. Spokojený občan se podílí na rozvoji obce, ale je i zdrojem příjmů do obecních rozpočtů.

Spokojenost může být měřena několika způsoby. Za vhodnou formu se považuje marketingový výzkum, který umožní zjištění spokojenosti. Dokáže však také identifikovat, které prvky obyvatelé postrádají nebo v čem pociťují nedostatek.

Cílem diplomové práce bylo měření spokojenosti obyvatel Mikroregionu Plumlovsko. Na základě tohoto zjištění předložit návrhy a doporučení pro zvýšení počtu spokojených obyvatel. Práce se zaměřuje především na zdroje informací o mikroregionu, komunikaci mikroregionu se svými občany, trávení volného času, životní prostředí a dopravní obslužnost. Záměrem bylo i odhalit informace, jaké služby obyvatelé považují za nedostačující. Práce se také zaměřila na akci Hry bez hranic, kterou mikroregion pořádá a turistické informační centrum, jehož je zřizovatelem.

Práce byla členěna na dvě části teoretickou a praktickou. Teoretická část se věnovala charakteristice Mikroregionu Plumlovsko. Další kapitola nastínila teoretická východiska zaměřená na teorii spokojenosti, její měření a malá část popisovala také způsobilosti úspěšné neziskové organizace. Čtvrtá kapitola informovala o metodice práce. Následující dvě části



patřily interpretaci výsledků výzkumu. Z těchto výsledků vycházely návrhy a doporučení. Poslední kapitola náležela závěru.

## 2 Charakteristika Mikroregionu Plumlovsko

Mikroregionem Plumlovsko se rozumí dobrovolný svazek obcí vytvořený za účelem realizace cílů a předmětů činností v rámci rozvojové strategie mikroregionu, plynoucích ke zlepšení životního prostředí nejen členských obcí, ale celého mikroregionu. Vznik tohoto svazku umožňuje Zákon o obcích – č. 128/2000 Sb. konkrétně §49. První zmínky o tomto spojení obcí se datují k roku 2002 v kontinuitě na vzniklou situaci s končící činností okresního shromáždění. Mikroregion vzniká jako náhrada za tato okresní shromáždění jeho obce zastávají některé funkce, které plnily okresní shromáždění. Zakladatelská smlouva byla podepsána dne 19. 12. 2003 členskými obcemi Plumlov<sup>1</sup>, Krumsím, Mostkovice, Stínava, Vícov, Ohrozim a Prostějovičky. Dle členění obcí podle rozsahu výkonu státní správy spadají tyto obce do II. a III. typu. Mezi obce s pověřeným obecním úřadem se řadí Plumlov a zbylé obce mají základní rozsah výkonu státní správy. Mikroregion Plumlovsko nalezneme na území okresu Prostějov v Olomouckém kraji. Mapu mikroregionu přináší Obr. 2.1.



Obr. 2.1 Mikroregion Plumlovsko  
Zdroj: (plumlovsko, 2015)

## Cíle mikroregionu

Mezi hlavní cíle mikroregionu vyplývající z posledního znění stanov ze dne 27. 3. 2014 se řadí: vytvoření efektivně fungujícího managementu mikroregionu, který se bude cílevědomě zabývat zajišťováním koncepčních a koordinačních funkcí při naplňování rozvojových záměrů mikroregionu. Vytvoření orgánu, který bude zastupovat mikroregion navenek tak, aby mohl tento celek vstoupit do povědomí jiných subjektů, jako jsou podnikatelská sféra, orgány

<sup>1</sup> Pod obec Plumlov spadají také obce Žárovice, Soběsuky a Hamry poznámka autora.

státní správy, orgány místní správy, obyvatelstvo atd. Vytvořit předpoklady pro snižování nákladů na výkon vybraných zejména pak integrovaných samosprávných funkcí a činností u jednotlivých obcí a mikroregionu jako celku. Zajistit vliv na formování stylu života spoluobčanů, jenž odpovídá zvykům, zvyklostem a způsobu života v daném období a v tomto mikroregionu, který je schopen přejímat vymoženosti současnosti i budoucnosti (plumlovsko, 2015).

Cíle, jako zlepšení kvality životního prostředí, rozvoj venkova, vytvoření kvalitních podmínek pro obyvatele a život v obci, rozvoj infrastruktury a rozvoj cestovního ruchu a volnočasových aktivit vyplývají ze strategického plánu mikroregionu. Mezi priority při plnění cíle zlepšení kvality životního prostředí se považuje: zlepšení vzhledu a image obcí a rozvoj lidských zdrojů. Zlepšení environmentální infrastruktury, zachování typického krajinného rázu, rozvoj dopravní infrastruktury a rozvoj infrastruktury a služeb cestovního ruchu patří k prioritám při plnění hlavního cíle rozvoje infrastruktury (plumlovsko, 2015).

### **Vize mikroregionu**

Silný venkovský mikroregion, který s ohledem na zachování typického krajinného rázu území a kvalitního životního prostředí zajišťuje nejen místním obyvatelům všech věkových kategorií, ale i svým návštěvníkům, atraktivní životní podmínky, dostatečnou občanskou vybavenost, kvalitní bydlení a infrastrukturu (dopravní, technickou, atd.), široké spektrum dostupných služeb a vhodné podmínky pro všestranný rozvoj. Mikroregion Plumlovsko intenzivně využívá svého potenciálu a místních zdrojů ke zlepšování stavu životního prostředí, ke zvýšení návštěvnosti celého regionu i k celkovému rozvoji cestovního ruchu, a to v souladu s principy trvale udržitelného rozvoje (plumlovsko, 2015).

### **Geografie**

Na území mikroregionu se nachází město Plumlov a šest obcí – Mostkovice, Ohrozim, Krumsím, Prostějovičky, Vícov a Stínava, které leží mezi dvěma odlišnými krajinnými typy, Hornomoravským úvalem „Haná“ a Drahanskou vrchovinou. Reliéf postupně přechází z východního rovinatého terénu do podhůří Drahanské vrchoviny až k západní kopcovité části regionu situované na východních svazích Drahanské vrchoviny s méně úrodnými půdami. Plumlovsko leží mezi dvěma historickými centry Moravy – Olomoucí a Brnem. Výhodná poloha umožňuje dobrou dostupnost z brněnské aglomerace, ale i dalších oblastí např.

Boskovické brázdy. Samotný mikroregion řadíme do středomoravské (olomoucké) aglomerace.

## **2.1 Obyvatelstvo mikroregionu**

K 1. 1. 2015 celkový počet obyvatel mikroregionu Plumlovsko čítal 5 932 obyvatel. Jedná se o druhý největší počet za předchozí 4 roky. Nejvíce obyvatel žilo v mikroregionu v roce 2013 a to 5 941. Mezi nejlidnatější obec se řadí město Plumlov, ve kterém k datu měření žilo 2 365 obyvatel. Dále se řadí Mostkovice s počtem obyvatel 1 554. Na území mikroregionu se nachází tři obce do 600 obyvatel, jsou to Krumsím, Vícov a Ohrozim. Mezi nejmenší obce mikroregionu patří Prostějovičky a Stínava s počtem obyvatel 272 a 161 (ČSÚ, 2015).

Z hlediska genderového rozložení převládají v mikroregionu spíše ženy nad muži. Celkový počet žen čítal 2 976, zatímco počet mužů byl o 20 jedinců menší. Ženy převládají ve většině obcí, ale naleznou se zde také výjimky jako v obcích Mostkovice a Prostějovičky, kde v obou případech převládají muži. V Mostkovicích se nachází o 4 muže více než žen a v Prostějovičkách lze nalézt o 20 mužů více než žen (ČSÚ, 2015). V Tab. P1 uvedené v Příloze 1 se nachází kompletní údaje počtu obyvatel od roku 2012.

V rámci průměrného věku se obce mikroregionu pohybují na úrovni průměru Olomouckého kraje, který činil 42 let. V průměru nejstarší obyvatele nalezneme v obcích Stínava (44,4 let), Mostkovice (43,1 let) a Plumlov (43,2 let). Mezi věkově nejmladší obce patří Vícov, Prostějovičky a Ohrozim. Průměrný věk v těchto obcích se pohybuje pod hranicí 41 let. Větší průměrný věk nalezneme u žen, což se dá připisovat celorepublikovému trendu, že ženy se dožívají vyššího věku než muži. Celkové hodnoty průměrného věku přináší Tab. P2 uvedená v Příloze 1 (ČSÚ, 2015).

### **Nezaměstnanost**

V porovnání s celorepublikovým průměrem se nachází míra nezaměstnanosti v plumlovském mikroregionu na nižší úrovni. Celorepubliková nezaměstnanost se koncem roku 2015 pohybovala ve výši 6,2 % a nezaměstnanost mikroregionu činila 4,7 %. Nejnižší nezaměstnanost byla v obci Ohrozim s hodnotou 3,8 % a nejvyšší v obci Stínava, kde se nacházelo 7,7 % nezaměstnaných osob. Tab. 2.1 přináší kompletní informace o nezaměstnanosti v jednotlivých obcích (ČSÚ, 2015).

Zaměstnání mohou lidé najít nejen v obcích, ale především v blízkém Prostějově, kde sídlí několik významných zaměstnavatelů jako například: Mubea, Lina Plast, Sladovny Souflet, Makovec, Kendrion, Toray a mnoho jiných.

**Tab. 2.1 Nezaměstnanost v jednotlivých obcích**

Obce	Dosažitelní uchazeči 15-64	Obyvatelstvo 15-64	Podíl nezaměstnanosti
Krumsín	16	396	4,0%
Mostkovice	40	1007	4,0%
Ohrozim	12	317	3,8%
Plumlov	72	1579	4,6%
Prostějovičky	8	191	4,2%
Stínava	8	104	7,7%
Vícov	15	328	4,6%

Zdroj: portal.mpsv, autorem upraveno

## Školství

V mikroregionu dochází v posledních letech k celkovému nárůstu mladých dětí. Tento trend se připisuje větší porodnosti a stěhování rodin s mladými dětmi do obcí mikroregionu. Nicméně před deseti lety byla situace žáků ve školách hraniční a hrozilo dokonce i zavření některých základních škol. Díky nárůstu předškolních dětí se však postupně tato hrozba vytratila a dnes již téměř nehrozí. V mikroregionu Plumlovsko můžeme nalézt 10 tříd mateřských škol, které navštěvuje více než 220 dětí. Dále se zde nacházejí 3 základní školy a to v Plumlově, Krumsíně a Mostkovicích. V posledních dvou jmenovaných obcích se nacházejí základní školy pouze do 1. stupně, tzn. 1. – 5. třída. Žáci také mohou navštěvovat jednu základní uměleckou školu.

## Zdravotnictví a sociální péče

Obyvatelé mikroregionu Plumlovsko mohou využít služby následujících zdravotnických zařízení. Radí se zde dva praktičtí lékaři pro dospělé, jeden praktický lékař pro děti a dorost, tři ordinace stomatologa, jedna ordinace gynekologa a dvě lékárny. V mikroregionu se nachází tři plně využitá zařízení sociální péče. Jedná se o Domov pro seniory Soběsuky, Dětský domov a Školní jídelna Plumlov, Dům s pečovatelskou službou Mostkovice.

## **2.2 Kultura a sport**

Kulturní vyžití v mikroregionu se nachází spíše na průměrné úrovni. Občané mají pouze několik málo možností se kulturně vzdělávat. Nalézají se zde pouze dvě kina a několik knihoven. Většina kulturních akcí se pořádá převážně na plumlovském zámku. Jde například o různá divadelní představení, výstavy atp. Pro kvalitnější uspokojení kulturních potřeb však musí občané cestovat např. do nedalekého Prostějova. Za určitou satisfakci pro kulturní vyžití můžeme považovat spolkovou činnost. O organizaci různých sportovních akcí, kulturní a společenský život se starají jednak tradiční celorepublikové organizace jako Tělovýchovná jednota Sokol, Myslivecké sdružení či Sbor dobrovolných hasičů, ale také spolky nebo sdružení vázající se k jedné obci. Mezi tyto sdružení patří např. Spolek Plumlovských nadšenců, Občanské sdružení přátel ohrozimské mateřinky, Schola kostela sv. Bartoloměje v Krumsíně či dechová kapela Krumsínanka nebo sdružení SOPKA – Sdružení občanů Prostějoviček kulturně aktivních, jehož cílem je sdružovat zájemce o rozvoj občanské společnosti v obci.

K akcím pořádaným samotným regionem můžeme řadit zejména každoroční autokarový zájezd za vánočními nákupy do polského Těšína, Hry bez hranic, které již mají sedmiletou tradici. Dříve se mikroregion zapojoval do kulturního programu typu operetek, od kterých bylo kvůli nízkému zájmu a konkurenci podobných programů na zámku v Plumlově upuštěno.

### **Kulturní zajímavosti**

Občané v obcích během roku stále udržují staré tradice a zvyky. Můžeme sem řadit např. tříkrálovou sbírku, maškarní průvod, hrkání, chození s pomlázkou, stavění máje, Hubertskou jízdu, hody, mikulášské slavnosti a adventní tradice.

Na území mikroregionu se také nachází několik zajímavých památek. Jak je vidno v Tab. 2.2 v každé obci se nalézají minimálně jedna významná památka, jedná se o různé stavby, kříže, pozůstatky stavení, památníky atd.

**Tab. 2.2 Kulturní památky**

Obec	Památky
<b>Krumsín</b>	Kostel sv. Bartoloměje, krucifix před kostelem, Fara s hospodářským zázemím, Dřevěný misijní kříž, Boží muka, Socha sv. Jana Nepomuckého, pomník padlým za I. sv. v., kamenný kříž (4x), Bílý kříž, kovový kříž, pozůstatky starého hřbitova, hraniční kameny
<b>Mostkovice</b>	Kostel Nanebevzetí Panny Marie, kříž z roku 1751, památka padlých, boží muka, kříž na hřbitově, zvonice, fara, objekty bývalých mlýnů a zachovalých selských stavení v obci
<b>Ohrozim</b>	Kostel sv. Václava, socha sv. Floriána, eneolitický mohylník, pomník obětem I. a II. sv. v., původní klasický hanácký statek, kříž (4x), památník T.G. Masaryka na návsi
<b>Plumlov</b>	<i>k.ú. Plumlov</i> - zámek s hospodářským stavením č.p. 99, předzámčí, socha sv. Petra z Alcantéry, farní kostel Nejsvětější Trojice, deska na hřbitovní zdi z roku 1643, socha sv. Antonína, socha sv. Floriána, socha sv. Jana Nepomuckého; <i>k.ú. Soběsuky</i> - boží muka; <i>k.ú. Žárovice</i> - kaple povýšení sv. Kříže, socha Navštívení Panny Marie; <i>k.ú. Hamry</i> - socha sv. Jana Nepomuckého
<b>Prostějovičky</b>	boží muka, kříž, kaple sv. Anny
<b>Stínava</b>	farní kostel Povýšení sv. Kříže, kaplička, pomník padlých
<b>Vícov</b>	Ježův hrad - zřícenina, boží muka, krucifix, kostel sv. Floriána, pomník obětem I. a II. sv.v.

Zdroj: Národní památkový ústav, webové stránky obcí

Plumlovský zámek představuje jednoznačně nejvýraznější dominantu celého regionu. Zámecký areál, jenž se skládá ze dvou budov – z Vysokého a Nízkého zámku, se nachází v jižní části obce Plumlov, na místě bývalého plumlovského hradu, jehož výstavba se datuje do druhé poloviny 13. století. Vedle běžných sezónních prohlídek zámku (od dubna do září) se zde koná celá řada kulturních a společenských akcí (koncertů, divadelních představení, atd.), nejatraktivnější z nich je tzv. Plumlovský dýchánek (divadelně-historicko-hudební setkání s celou řadou doprovodných akcí, během kterého v areálu zámku vystupují šermířské, hudební a amatérské divadelní skupiny.), či Divadelní festival - workshop. V zámeckém areálu mívá své vystoupení i ochotnický divadelní kroužek Podhradské divadlo z Plumlova.

Za další významnou nemovitou kulturní památkou regionu lze považovat zříceninu Ježova hradu. Do dnešní doby se v lokalitě bývalého hradu dochovala soustava příkopů, malé zbytky hradeb, budov i hranolové věže.

Mezi další, ne však již památkově chráněná, významná místa regionu by se daly zařadit: kostel sv. Bartoloměje a socha sv. J. Nepomuckého v Krumsíně, barokní kříž a pohřebiště lužické kultury popelnicových polí ze střední doby bronzové v Mostkovicích,

vrch Horka a pravěké naleziště eneolitických mohyl v Ohrozimi, zřícenina Čertův Hrádek a kaplička ve Stínavě.

## **Sport**

Situaci ohledně sportu v mikroregionu je možno považovat za mnohem pozitivnější v porovnání s kulturou. Na území mikroregionu působí několik sportovních spolků a sdružení a také tady nalezneme mnoho sportovišť. Vedle tradičních sportů jako je fotbal a požární sport zde fungují i lukostřelecký oddíl, oddíl pro petanque nebo taneční spolek či klub orientačního běhu. Pozitivní vliv na sportovní vyžití v mikroregionu měly dotace získané z Evropského fondu, díky kterým byla v několika vesnicích vybudována víceúčelová sportoviště. Občané mohou využít několika tenisových kurtů, hřiště minigolfu a také posilovny. Téměř v každé obci je k nalezení minimálně jedno sportovní hřiště se zpevněným povrchem. Vyjma obce Ohrozim, všechny ostatní obce provozují požární sport formou dobrovolného spolku. Ve městě Plumlov nalezneme hasičské poloprofesionály. V obcích Mostkovice, Plumlov, Krumsín a Vícov fungují fotbalové spolky. V tenisovém areálu TK Natali, s.r.o. v Mostkovicích mají návštěvníci k dispozici 5 venkovních kurtů s antukovým povrchem a pevnou krytou halu se třemi kurty s kobercovým hracím povrchem pro tenis a badmintonové hřiště.

## **2.3 Infrastruktura**

### **Dopravní infrastruktura**

Občané a návštěvníci mikroregionu mohou využít zejména tři typy dopravy. Jedná se o silniční, veřejnou a bezmotorovou dopravu. Na území mikroregionu se nachází zejména silnice druhé, třetí třídy a místní komunikace, které využívají osobní a dodávková vozidla, jednostopá vozidla a těžká motorová vozidla. V rámci integrovaného dopravního systému Olomouckého kraje zajišťuje přepravu pět dopravců. Do všech obcí mikroregionu obstarává transport osob FTL – First Transport Lines, a.s., Autodoprava Tesař s.r.o., VYDOS BUS a.s., ZDAR, a.s. a ICOM transport a.s. Přehled dopravců v jednotlivých obcích přináší Tab. 2.3.



**Tab. 2.3 seznam dopravců v obcích**

Obce	Autobusový dopravce
Krumsín	FTL
Mostkovice	FTL, Autodoprava Tesař, VYDOS BUS, ZDAR
Ohrozim	FTL
Plumlov	FTL, Autodoprava Tesař, VYDOS BUS, ZDAR, ICOM transport
Prostějovičky	FTL
Stínava	FTL, VYDOS BUS, ZDAR
Vícov	FTL, VYDOS BUS, ZDAR

Zdroj: vlastní

Alternativu za hromadnou a individuální dopravu mohou občané nacházet v dopravě cyklistické. Mikroregionem Plumlovsko prochází Jantarová stezka, která vede z Vídně přes Moravu do Krakova. Ovšem tato cyklostezka je bez údržby a značení je v rozporu se silniční vyhláškou. Dále se zde nachází cyklostezka Mostkovice – Prostějov. Další cyklistické trasy se nachází prozatím jen v papírové formě. Do plánu je zahrnuta zejména trasa okolo Plumlovské přehrady o délce 5 028 m. Trasa se plánuje jako součást dálkové (nadregionální) Jantarové stezky se spojením hlavní klidové zóny města Plumova a obce Mostkovice. Do klidové zóny zahrnujeme zámek, camp Žralok a přehrada, odpočinkový areál U vrbiček a letní kino.

### **Technická infrastruktura**

Vybavenost technickou infrastrukturou se považuje za jednu ze základních charakteristik daného území. Zásobování obyvatelstva kvalitní pitnou vodou, odvádění a čištění odpadních vod, plynofikace obce a zásobování elektrickou energií nejenže podává informaci potenciálním investorům o možnosti realizace jejich podnikatelských záměrů, ale stává se především základním předpokladem pro kvalitu lidského života.

### **Zásobování elektrickou energií a plynem**

Vybavenost elektrickou energií a plynem se nachází na dobré úrovni a vybavenost považujeme za standardní. V obcích nedochází k opakujícím se výpadkům a jiným problémům. V mikroregionu se neprovozují žádné zdroje elektrické energie tzn. zajištění energií závisí na externí dodávce velmi vysokého napětí. Plynofikovány jsou všechny obce mikroregionu.

## **Zásobování vodou a odvádění a likvidace odpadních vod**

Situaci v oblasti zásobování vody lze považovat za dostačující. Vodovody jsou k nalezení téměř v každé vesnici mikroregionu. V roce 2015 byly nově zřízeny vodovody v obcích Soběsuky, Žarovice a Hamry. V tomtéž roce byl také inovován vodovod v obci Vícov. Zásoba vody se obstarává pomocí dvou samostatných pramenišť na Pohodlí a na Kněží Hoře a vodovodu Pomoraví. V roce 2016 se započalo s výstavbou vodovodu v Prostějovičkách, jejichž zdroj vody se nachází přímo v obci Prostějovičky.

Odvádění a likvidace odpadních vod se za poslední roky značně zlepšila. Bylo vybudováno několik nových kanalizačních sítí např. v obcích Soběsuky, Žarovice a Vícov. Kanalizační síť není zavedena v obcích Stínava, Prostějovičky a Ohrozim. V obci Krumsín se likvidace odpadních vod provádí na soustavě tří Biologických rybníků s mechanickým předčištěním. V ostatních obcích s kanalizací se likvidace odpadních vod provádí pomocí čistíren odpadních vod.

## **2.4 Hospodářská sféra**

Struktura hospodářství Mikroregionu Plumlovsko je ovlivněna mnoha faktory, především přírodními podmínkami, historickým vývojem, strukturou osídlení a geografickou polohou území. Charakter mikroregionu řadíme do průmyslově-zemědělského. V porovnání okresu Prostějov, Olomouckého kraje i celé České republiky se vykazují nadprůměrné podíly v zemědělských a průmyslových subjektech, stejně tak u subjektů v odvětví ubytování a stravování. Na druhou stranu se ale podprůměrný podíl zaznamenává u subjektů v dopravě, ve službách pro podniky, obchodu a obchodních službách. V mikroregionu se eviduje okolo jednoho tisíce ekonomických subjektů, což vykazuje v průměru více těchto subjektů na 100 obyvatel než v celém okrese Prostějov, avšak menší než v Olomouckém kraji (ČSÚ, 2015).

Na Plumlovsku působí v průmyslu trvale přes 200 subjektů zaměřených zejména na:

- výrobu kovových konstrukcí a kovodělných výrobků,
- zpracování dřeva, výrobu dřevařských, korkových, proutěných a slaměných výrobků,
- výrobu tesařskou a výrobu dřevostaveb včetně prvků pro montované stavby.

Mezi největší zaměstnavatele v mikroregionu řadíme především firmy z Mostkovic, Plumlova a Vícova. V Mostkovicích provozují činnost FORTE a.s., EFEITY spol. s r.o., LASIUS Group, s.r.o., 2MAX, s.r.o.. V Plumlově se jedná o podniky s názvy GREWIS, s.r.o.,

AUGUSTA s.r.o., ZOD Plumlov. V obci Vícov se nachází jeden větší zaměstnavatel, konkrétně ZD Vícov. V ostatních obcích nalezneme několik menších podniků, které zaměstnávají méně než 20 zaměstnanců (Prostějov venkov, 2015).

## 2.5 Cestovní ruch

Cestovní ruch se považuje za významný ekonomický, kulturní a společenský prvek, který významně ovlivňuje tvorbu hrubého domácího produktu a příjmy do místních rozpočtů, zvyšuje zaměstnanost, podporuje investiční aktivity a přispívá k celkovému socioekonomickému rozvoji regionu.

Mikroregion Plumlovsko se řadí k jedněm z významných rekreačních oblastí okresu Prostějov i samotného Olomouckého kraje, na čemž se výrazně podílí zejména Plumlovská přehrada. Přehradní jezero se 17 m vysokou sypanou hrází (o délce 465 m) a vodní plochou o rozloze 60 ha, jenž bylo vybudováno v letech 1912 – 1933. Využití nachází obdobně jako nedaleký Podhradský rybník především ke koupání, vodním sportům (jachtingu, windsurfingu, atd.), rybaření, ale i dalším sportovním a rekreačním aktivitám (Povodí Moravy; 2015).

U přehrady se nachází autokemp s kapacitou 360 míst. Návštěvníci se zde mohou ubytovat ve dvou, tří, čtyř a pěti lůžkových chatkách. V blízkosti kempu je situována restaurace a obchod s potravinami. Pod hrází přehrady mohou využít rekreanti areál minigolfu, sportovní hřiště pro míčové hry, letní tábor a loděnici, na jižním břehu přehrady potom pláž „U vrbiček“ s koupalištěm, dětským hřištěm a půjčovnou loděk, kde je možno si vypůjčit šlapadla nebo pramice k výletům po vodní hladině. Dále pláž „Na výsluní“ s nedalekým občerstvením, sportovním hřištěm a letním kinem (autokemp mostkovice; 2015).

Také u Podhradského rybníka se dá strávit dovolená, a to v autokempingu Žralok, kde se dá ubytovat ve vlastním stanu či karavanu, nebo ve dvou, tří, čtyř, sedmi a osmi lůžkových chatách. Návštěvníkům je k dispozici také společenská místnost s terasou, dětský koutek, stánek s občerstvením, hřiště pro různé sportovní hry a ruské kuželky, atd. V jeho sousedství se nachází sportovní plocha pro lukostřelbu (Camping Žralok, 2015).

Turisté se v mikroregionu mohou také kromě kempů ubytovat v několika penzionech. V Mostkovicích v penzionu U vody, v Plumlově v Penzionu Piňos nebo penzionu Ve mlýně, dále pak v penzionu U kláštera a v Soběsukách se jedná o Penzion Na trávníku.

Jako další turistické atrakce můžeme řadit různé kulturní akce konané buďto na zámku nebo na pláži U vrbiček. K turisticky vyhledávaným akcím na plumlovském zámku patří především Šermířský víkend, Dobývání Plumlova, Svatováclavské slavnosti vína a Hubertské slavnosti (Zámek Plumov; 2015). K akcím U vrbiček řadíme především různé hudební koncerty a charitativní akce. Mezi známější vystupující na koncertech můžeme řadit například Olympic, Mandrage, Čechomor, Michal David, Xindl X, Věra Špinarová, Václav Neckář a další (Léto u Vrbiček, 2015).

Pro některé typy turistů mohou být atraktivní také maloplošná chráněná území - přírodní parky a významné krajinné prvky nacházející se na katastrálním území mikroregionu. V maloplošných chráněných územích označovaných jako přírodní parky se nachází několik ekologicky významných, přírodě blízkých stanovišť se zastoupením chráněných a ohrožených druhů fauny a flory. Mezi významné přírodní parky a přírodní rezervace řadíme zejména:

- **PP Brániska:** 1.43 ha, travnatá step s řadou významných druhů, ostrůvky skalníku,
- **PP Čubernice:** 1.20 ha, suťový svah se stepní vegetací,
- **PP Za hrnčičkou:** 0.96 ha, lokalita vzácného lnu žlutého,
- **PR Kněží hora:** 8.47 ha, ostrůvek teplomilné a vlhkomilné květeny,
- **PP Kozí Horka:** 0.18 ha, - malé návrší se zbytkem travnaté stepi uprostřed polí, významný je výskyt trávničky prodloužené,
- **PP Pavlečkova skála:** 0.38 ha, travnaté návrší stepního charakteru s koniklecem velkokvětým, trávničkou prodlouženou, rozrazillem rozprostřeným aj.,
- **Hamerská stráň:** 0,57 ha, suchá stráň nad tokem Hamerského potoka na velmi malém území na okraji lesa. Zachovalá enkláva stepní květeny jako bělozářka větévnatá, mochna bílá aj. (Kincl, 2012). Lokaci těchto parků a rezervací přináší Obr. 2.2.



Obr. 2.2 Maloplošná chráněná krajinná území na plumlovsku  
Zdroj: (plumlovsko, 2015) autorem upraveno

Kromě již zmíněných chráněných území nalezneme v mikroregionu také několik významných krajinných prvků, které zákon definuje jako ekologicky, geomorfologicky nebo esteticky hodnotnou část krajiny, utvářející typický vzhled nebo přispívá k udržení stability. Jedná se o lesy, rašeliniště, vodní toky, rybníky, jezera udolní nivy, mokřady, stepní trávníky, naleziště nerostů, skalní útvary, výchozy a odkryvy (plumlovsko, 2015).

Mezi turistické atrakce lze také řadit akce obcí nebo spolků. Tyto akce navštěvují nejen obyvatelé mikroregionu, ale i lidé z celého okresu Prostějov a dokonce i z jiných, vzdálenějších regionů. Mezi nejznámějšími akce se řadí fotbalové zápasy s Menšíkovou jedenáctkou, fotbalový turnaj Haná cup, pohádkové lesy at' už v Plumlově, Krumsíně či Vícově, různé dětské dny, karnevaly atd. Akcí, která se pyšní největším počtem návštěvníků se v posledních letech stal Dětský den s vojáky, pořádaný obcí Vícov za podpory mikroregionu a 7. Mechanizované brigády z Hranic.

## **2.6 Aktivita pro plnění cílů**

Činnosti, které mají být provedeny pro dosažení stanovených cílů, jsou řešeny na valném shromáždění. Toto shromáždění bývá zpravidla jedenkrát měsíčně, výjimečně se svolává v dřívějším intervalu nebo za delší časový úsek. Valná shromáždění se konají postupně v každé členské obci. Členové valného shromáždění, starostové jednotlivých obcí, zde řeší např. aktuální dění v mikroregionu, předání informací o dotačních titulech, zákonné povinnosti, budoucí plány a následně jsou zadány úkoly zodpovědní realizátoři. Za plnění jednotlivých cílů, není zodpovědný mikroregion jako celek, ale jednotlivá obec, ve které má být cíl realizován. Zejména z toho důvodu, že mikroregion ctí vztahovou myšlenku: „obec a mikroregion, ne občan a mikroregion“.

Pro kvalitnější plnění občanských potřeb se mikroregion stal v minulosti členem několika asociací a spolků. Řadí se zde například Spolek odpadového hospodářství Olomouckého kraje, MAS Prostějov venkov, dále pak Asociace turistických informačních center České republiky, od které získala certifikát pro provozování turistického informačního centra. Mikroregion spolupracuje také i s Obvodním oddělením Policie České republiky v Plumlově. Dopravní obslužnost, jako je zavádění a rušení spojů, mikroregion řeší ve spolupráci s Krajským úřadem Olomouckého kraje.

Předseda či zvolený zástupce za mikroregion se pravidelně účastní konferencí a schůzí zástupců mikroregionů z celé České republiky, kde získává nové informace v oblasti

samosprávy a prosazuje zájmy mikroregionu jako celku. Několikrát ročně starostové řeší problematiku v obcích na setkání představitelů obcí správního obvodu města Prostějov a obcí Olomouckého kraje. Díky sdružení v mikroregionu lze snadněji na takovýchto setkáních dosáhnout prosazení zájmu za celek, než by tomu bylo učiněno v rámci jedné obce.

Sdružení obcí do mikroregionu umožnilo také nákup velkého party stanu a jeho zázemí jako je osvětlení, teplomety a pивní sety, které by si jednotlivé obce z jejich rozpočtu nemohly dovolit. Tento stan si obce mohou zapůjčit při konání různých kulturních, společenských či sportovních akcích.

V rámci marketingové komunikace mikroregion vydává na konci volebního období bulletiny o dění v obcích, dále pak provozuje internetové stránky [www.plumlovsko.cz](http://www.plumlovsko.cz). Pro občany jsou také k dispozici různé upomínkové předměty ve formě igelitových tašek, kalendářů či pohlednic. Mikroregion také do budoucna plánuje výstavbu informačních turistických tabulí.

### 3 Teoretická východiska měření spokojenosti

V této kapitole byla popsána teoretická východiska spokojenosti, metody měření, zejména pak dotazníkové šetření a typy otázek. Malá část byla také věnována faktorům úspěšné neziskové organizace.

#### 3.1 Spokojenost

Nový (2006) uvádí, že spokojenost zákazníka přináší pocit, kdy se zákazník stává šťastným, když odstranil nedostatek a uspokojil určitý motiv. Spokojenost lze také definovat jako subjektivní pocit naplnění člověka a jeho očekáváními, která jsou podmíněna nejen zkušenostmi a informacemi, ale také osobností a prostředím. Spokojenost vychází z teorie rozporu, která tvrdí, že stanovené očekávání o parametrech a užitku je následováno srovnáním se zkušeností po nákupu (Kozel, 2011).

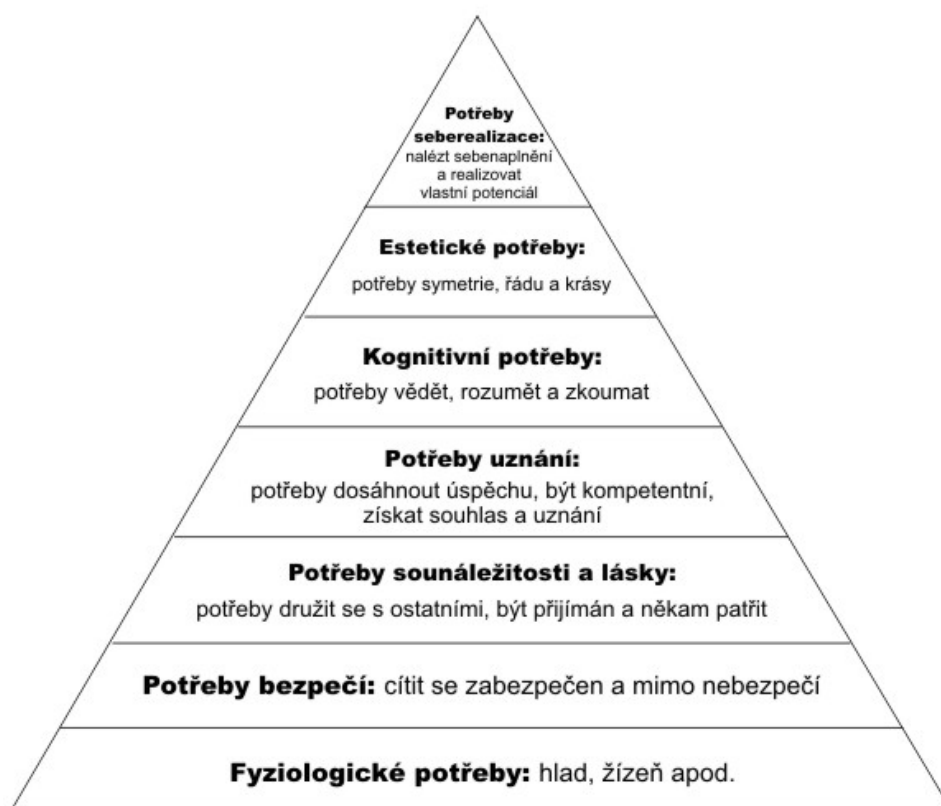
Pelsmacker (2003) definuje spokojenost na základě představy a očekávání nakupovaného produktu či služby. Teprve v případě naplnění očekávaného a požadovaného přínosu, nebo dokonce jeho převýšení, bude zákazník spokojen a zakoupí tentýž produkt či službu, kdykoli bude potřebovat.

Spokojenost tedy nelze definovat pouze z výsledku užití a užívání produktu či služby, ale souvisí v podstatné míře s hladinou očekávání a podléhá úsilí vynaloženému pro získání produktu (Bártová, 2007)

Za předmět spokojenosti lze označit konkrétní kupní motiv zákazníků. Rozpoznání tohoto motivu se považuje za klíčový faktor při spokojenosti zákazníků. Zákazník chce uspokojit svou potřebu, odhalením jeho motivu a vhodném využití se u zákazníka projeví zájem o náš výrobek či službu. Teprve až v případě uspokojení zákaznickova kupního motivu a prezentování užitku se zákazník stává spokojeným. (Nový 2006)

Kupní motivy vychází z Maslowovy teorie potřeb. Tato teorie se zakládá na dvou základních předpokladech. V prvním předpokladu se nachází stále nespokojený zákazník, jehož potřeby se odvíjí od toho, co již má. Tzn. uspokojená potřeba přestává být motivátorem. Toto představuje neustále nový prostor pro hledání možností uspokojení klienta. Do druhého předpokladu se řadí grafická hierarchie potřeb. Lidské potřeby lze seřadit do určité hierarchie. Uspokojením jedné potřeby se vyvolá potřeba další, obvykle s vyšším stupněm kvality života. Tyto potřeby lze graficky zobrazit v tzv. Maslowově pyramidě potřeb, tuto pyramidu přináší

Obr. 3.1. Motivy rozhodování řídí zákazníkovo kupní chování a rozhodování, mění potřeby na konkrétní přání, rozhodují a odůvodňují směr potřeb a jednání.



Obr. 3.1 – Maslowova pyramida  
Zdroj: Filozofie úspěchu (2016)

Motivy lze dělit do několika hlavních skupin. Mezi nejznámější motiv koupě se řadí **zisk** nebo na druhé straně **úspora**. Téměř každý chce co nejlevněji nakoupit a co nejvíce vydělávat. Pro takové zákazníky, jejichž hlavním motivem je zisk či úspora, se pocit spokojenosti projevuje získáním pocitu, že ušetřili nebo vydělali.

Jako další se řadí motiv **jistoty**. Zde je důležitá pro člověka potřeba určité míry jistoty a stability. Klíčovou roli hrají spolehlivost, bezpečnost, jistota opravy či výměny zboží apod. Přičítá se to skutečnosti jedné z prvotních obav člověka, kterou je strach něco ztratit.

Mezi důležitý kupní motiv, který ovšem nelze ihned rozpoznat, se řadí motiv **uznání** a **prestiže**. U tohoto motivu se pro člověka stává důležitým odlišit se od druhých a především vzbudit pozornost. Tito zákazníci mají rádi symboly, které asociují s vyšším postavením. Koupí určitého produktu chtějí získat pozornost, vyšší respekt, uznání a pověst úspěšného člověka.



Se zvědavostí se spojuje motiv **objevování**. V tomto motivu hraje důležitou roli touha objevit nebo zažít něco nového. Zákazníci si s pojmem „nový“ spojují pocit toho, že produkt či služba musí být i lepší.

Důležitý je také motiv **pohodlnosti**, který hraje významnou roli pro zpříjemnění a zpohodlňování lidského života. Zákazníci, kteří označují pohodlí jako důležité, žádají snadno ovladatelný produkt nebo lehce dosažitelnou službu šetřící čas a usnadnění práce či jiné činnosti.

Kupní motiv **péče** se řadí mezi důležité pro zákazníky chtějící pomoci jiným lidem, zejména své rodině, příbuzným a přátelům, učinit něco dobrého, zabránit nebezpečí nebo pomoci v nesnázích.

Jako poslední kupní motiv lze zařadit **blaho**. Tento kupní motiv znamená pro zákazníka zaměření na jeho tělesné či duševní zdraví, chce se zbavit stresu, odpočinout si tělesně a duševně zregenerovat. Takový zákazník se chce cítit dobře.

### **Spokojený zákazník**

Rozpoznat spokojeného zákazníka není vždy jednoduché, zejména z toho důvodu, že spokojenost se řadí do subjektivní kategorie, která má individuální obsah a hodnocení. Při spokojenosti se uvažuje, s čím zákazník svou spokojenost poměruje (Nový, 2006).

Spokojenost spotřebitelů s určitým produktem nebo službou lze sledovat řadou dílčích poloh, do kterých dle Bártová(2007) patří následující rozměry: spokojenost s funkčními charakteristikami kvality výrobku, estetickými rysy, symbolickými, sociálními, kupními charakteristikami s rozměry tzv. totálního výrobku. Spokojenost s marketingovými aktivitami. Významnost rysu a charakteristiky. Potenciální změny zákaznickova chování například formou kupního úmyslu, deklarovaného chování vůči produktu v budoucnu. Účelná vazba k využití produktu, míře jeho užití a okolnostem užívání. Průměrná spokojenost v daném tržním prostoru, individuální spokojenost a difference ve spokojenosti v různých tržních segmentech (Spáčil, 2003).

Nový (2006) uvádí sedm kritérií, podle kterých nejčastěji lidé poměrují svou spokojenost se službou. Jedná se o: vztah k vlastním očekáváním, která jsou se službou spojena, vztah k předchozí zkušenosti, vztah k ceně, vztah k objektivním a všeobecně uznávaným normám, standardům či předpisům, vztah k uspokojení momentálních,

krátkodobých či dlouhodobých potřeb, vztah k určitému problému a nabídnutí jeho řešení, vztah k druhým lidem.

### **Vztah k vlastním očekáváním, která jsou se službou spojena**

Téměř každý zákazník má nějakou konkrétní představu o výrobku nebo provedení a poskytnutí služby a způsobu zprostředkování prodeje. V tomto případě je nutné znát očekávání potenciálních zákazníků. Nicméně, ne všechna očekávání lze splnit. Pouhým poznáním těchto potřeb lze zacílit poskytovanou službu žádoucím směrem.

### **Vztah k předchozím zkušenostem**

Většina zákazníků má s poskytováním příslušné služby konkrétní příslušnou zkušenost. Tato prožitá zkušenost hodnotí a ovlivňuje každé další nákupní chování. Lze stavět na pozitivních zkušenostech, které chce zákazník zopakovat, nebo na druhé straně se chce vyhnout předchozí zkušenosti a hledá opačnou variantu poskytované služby.

### **Vztah k ceně**

Cenu lze bezpochyby řadit k důležitým faktorům ovlivňující spokojenost. Musí se počítat s absolutní a relativní hodnotou ceny. Absolutní výší ceny se rozumí principiální dostupnost či nedostupnost služby pro zákazníka nebo hranici, za kterou zákazník už nechce jít. Cena se často poměruje s kvalitou, ovšem ne vždy vyšší cena znamená vyšší kvalitu.

### **Vztah k objektivním a všeobecně uznávaným normám, standardům a předpisům**

Podle Nový (2006) str. 40 „se zákazník často vědomě nebo někdy i nevědomky odvolává na všeobecně uznávané společenské normy, standardy a zvyklosti.“ Zákazník očekává něco, co je obvyklé a samozřejmé. Každý člověk patří do několika sociálních skupin. Tyto skupina mají své hodnoty, normy, standardy či dokonce předpisy, které jedinec musí a chce respektovat.

### **Vztah k uspokojení momentálních, krátkodobých či dlouhodobých potřeb**

Hybnou vnitřní silou motivace každého jedince jsou potřeby, vedoucí k určitému jednání a nákupu. V případě pocítění nedostatku vzniká potřeba, kterou je třeba uspokojit. Spokojenost zákazníka narůstá úměrně s rozpoznáním zákaznických potřeb prodejcem a následnou korektní nabídkou.

## **Vztah k určitému problému a nabídnutí jeho řešení**

Koupě výrobku nebo služby může být jednou z možností, jak vyřešit konfrontaci s obtížnou situací či problémem, do kterého se člověk dostane. Spokojenost v tomto případě roste se správným nabídnutím služby/výrobku řešící problém nebo určitou nežádoucí situaci. Větší individuální specifikace služeb a uspokojení potřeb znamená nárůst spokojenosti zákazníků.

## **Vztah ke druhým lidem**

Spokojenost zákazníka se často podmiňuje ovlivněním nakupovaného výrobku či služby ve vztahu ke druhým lidem. Nejde pouze o pohled zákazníka na výrobek/službu, ale také o to, jak výrobek nebo službu hodnotí ostatní lidé ze sociálních skupin, zejména pak přátelé a rodina. V tomto případě se za nutné považuje rozpoznání přání a očekávání ostatních lidí ovlivňující zákazníka. A tyto očekávání propojit s nabídkou (Nový, 2006).

## **Faktory posilující spokojenost**

Mezi faktory, díky kterým roste spokojenost, patří především: výrobek, řešící požadovaným způsobem daný problém, odpovídající komunikace rysů výrobku, kvalitní informace, kvalitní servis a ponákové služby, citlivý přístup k nástrojům podpory prodeje, relationship marketing a nespokojenost s konkurencí. Naproti tomu nespokojenost s produktem se naskytá v situacích, kdy existuje více rovnocenných alternativ výběru, nemožnost vyzkoušení produktu, existence velké dobrovolnosti koupě, nemožnost vrátit nebo vyměnit produkt, malá informovanost o produktu, spokojenost s konkurenční nabídkou a nerozhodnost s nízkou sebedůvěrou zákazníka.

## **Důsledky spokojenosti**

Důsledky spokojenosti mohou být dvojího charakteru a to krátkodobá neboli momentální spokojenost a následně dlouhodobá spokojenost. Spokojenost s produktem má zásadní význam v marketingovém konceptu. Promítá se kladným vztahem k produktu, značce, společnosti v několika směrech jako je věrnost, kladné reference a přenos kupní preference na jiné produkty společnosti. Spokojeného zákazníka lze často poznat hned na první pohled podle následujících vlastností: dobrá nálada zákazníka, slušná až uctívá komunikace, samostatné vyhledávání a pojmenovávání pozitiv na výrobcích či službách, bagatelizace až přehlížení nedostatků, těšení se na využití výrobku/služby, kterou zakoupil

nebo hodlá zakoupit, rozvíjení argumentů ve prospěch výrobků a služeb, zákazník sám sebe utvrzuje v dobrém nákupu, hovoří o spokojenosti, chválí, slibuje předání doporučení přátelům a příbuzným, dává příslib opakovat nákup u stejného prodejce. Předchozí charakteristiky se připisují krátkodobému charakteru spokojenosti. (Nový, 2006; )

Pokud krátkodobá spokojenost přetrvává delší dobu a zanechala pozitivní, emocionální a racionální stopu, lze hovořit o dlouhodobé spokojenosti, kterou rozeznáme zejména prostřednictvím: zákaznickových doporučení svým známým, opakovanému návratu k prodejci při dalších uvažovaných či reálných nákupech. Zákazník se cítí být trvale spokojen nejen s výrobkem, ale i celkovým nákupem, je ochoten spolupracovat při vyplňování anket a dotazníků, uvádí prodejce jako příklad při diskusích, debatách v soukromí rodiny i v širší veřejnosti.

Spokojenosti lze dosáhnout díky vyváženému vztahu kupujícího a prodávajícího, kdy obě strany si jsou vědomi, že se vzájemně potřebují, mají mezi sebou vyvážený vztah (zákazník chce výrobek či službu a prodejce jeho peníze). Každá strana přináší do obchodní situace určitou přidanou hodnotu, navzájem svým chováním oceňují profesionalitu toho druhého a těší se na příští setkání. Prodejce má radost z dobře poskytnuté služby a následné spokojenosti zákazníka.

Nicméně nelze opomíjet nepříznivé důsledky nespokojenosti. Tyto důsledky, jejich výskyt a rozsah je třeba sledovat. Nespokojenost lze považovat za inverzní funkci spokojenosti. Často vede ke změnám značky neboli brandswitchingu, diskriminaci, která znamená, že zákazník příště nekoupí daný výrobek, ale nekoupí ani jiný výrobek od dané firmy a zápornému W-O-M. (Bártová, 2007)

### **3.2 Měření spokojenosti**

Měření spokojenosti se zakládá na tzv. celkovém neboli kumulovaném měření spokojenosti, kterou lze ovlivnit několika dílčími faktory spokojenosti se zahrnutím zkušenosti za určité definované období. Měření spokojenosti lze provést např. pomocí různých indexů spokojenosti zákazníka (Kozel, 2011).

Důležitost měření spokojenosti dala v mnoha zemích podnět pro vznik národních indexů spokojenosti zákazníků NISZ. Tyto indexy byly vytvořeny pro potřeby analýzy úrovně spokojenosti dosahované určitými organizacemi. Význam těchto indexů spočívá v hlubším poznání vztahů mezi zákazníkem a poskytovateli produktů či služeb, s cílem získat informace

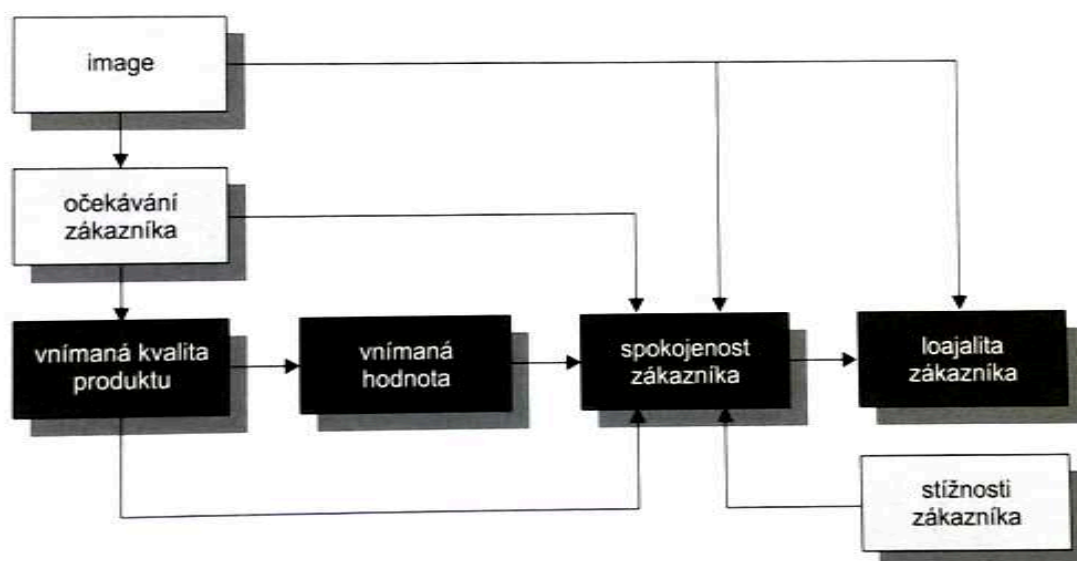
pro rozhodování a plánování efektivnějších strategií pro optimální a nejekonomičtější spokojenost zákazníků. Národní indexy spokojenosti zákazníků umožňují náhled na preference zákazníků ohledně kvality produktů/služeb na jednotlivých územích. Tento náhled lze provádět díky společným charakteristikám všech národních indexů, ke kterým patří:

- existence hranic tvořených národními specifiky anebo ekonomickým regionem,
- zahrnutí různých oborů a ekonomických odvětví,
- zpracování výzkumu nezávislou organizací,
- mezi zainteresované subjekty patří jednak soukromé podniky, ale i veřejné instituce,
- zpracování periodických analýz,
- měření jak spokojenosti, tak klíčových faktorů úspěšnosti.

Mezi nejznámější národní indexy se řadí zejména švédský index - SCSB, německý – DK, americký – ACSI, evropský – EPSI, norský – NCSB a švýcarský – SWICS.

#### ECSI a EPSI index

Jedná se o dva srovnatelné indexy používané jak v České republice tak v Evropě. ECSI index v sobě skýtá čtyři proměnné, jako jsou: vnímaná kvalita produktu, vnímaná hodnota, spokojenost zákazníka a loajalita zákazníka. Tyto proměnné jsou dle Kozel (2011) dále determinovány několika dalšími proměnnými viz. Obr. 3.2.



Obr. 3.2 – Model spokojenosti zákazníků  
Zdroj: Kozel 2011 str. 243

VEPSI indexu se objevují stejné proměnné, nicméně pro širší kontext byl osamostatněn parametr vnímání kvality služby ze strany zákazníka. **Image** lze definovat jako vztah ke značce firmy nebo produktu a představuje základ analýzy spokojenosti zákazníka. Zjišťuje se spolehlivost, důvěryhodnost, inovativnost, pokrokovost organizace a jiné faktory spojené s image. **Očekávání zákazníka** se popisuje prostřednictvím vztahu k představám o produktu. Tyto očekávání jsou často výsledkem marketingových aktivit. Je zde sledováno celkové očekávání kvality, spolehlivosti a požadavků. **Vnímaná kvalita** se týká samotného produktu. U tohoto faktoru se zkoumá celkové hodnocení kvality s konkurenčními výrobky a představami zákazníka, dále pak poruchovost či pochybení a vnímaný prostor pro zlepšení. **Vnímaná kvalita služby ze strany zákazníka** - zde se řadí kvalita služeb poskytnutých zákazníkovi. Porovnávají se služby organizace se službami konkurentů. Jedná se zejména o to, zda kvalita servisu odpovídá představám zákazníka. Poměr mezi vnímáním kvality a ceny se připisuje **vnímané hodnotě**. Z nerovnováhy skutečnosti a očekávání vyplívají **stížnosti zákazníka**. U stížností se zkoumá zejména četnost stížností, zpracování stížností a příjemce stížností. **Loajalita** se projevuje opakováním nákupu a referencemi. Je dána pozitivní nerovnováhou mezi očekáváním a efektem. (Foret, 2003; Epsi, 2016; NPJ; 2004)

### **Význam výzkumu spokojenosti**

Výzkum spokojenosti zákazníků se považuje za důležitý zejména proto, že spokojený zákazník se vrací, nakupuje pravidelně nebo více, referuje o kladných zkušenostech s výrobkem/službou, vyvrací negativa. IV případě věrnosti k firmě či značce je ochoten tolerovat vyšší cenu. Pro organizaci znamená spokojenost ze strany zákazníka často také loajalitu, se kterou se pojí stabilní tržby a tzv. snowball efekt neboli opětovné doporučení produktu (Kozel, 2011).

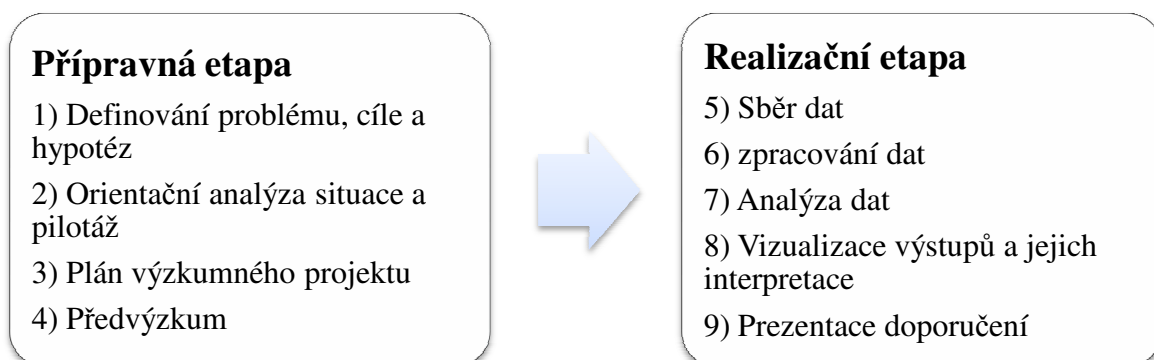
Spokojenost je možno zjistit pomocí: analýzy stížností, zpětnou vazbou od vlastních pracovníků, jednorázovým marketingovým výzkumem u zákazníka, opakovaným výzkumem, monitoringem či panelem. Lze využít i metodu NPS. Web Management mania (2015) uvádí 3 typy metod vhodných k průzkumu spokojenosti zákazníka. Jedná se o mystery metody průzkumu kvality služeb a spokojenosti zákazníků, kvantitativní metody a kvalitativní metody. Do mystery metod se řadí mystery shopping, mystery call, mystery client, Storechecking. Kvantitativní metody zahrnují metody dotazníkového šetření, Omnibus, CATI, CAPI, CAWI, PAPI, dotazníkové šetření v terénu, asistovaný sběr na jednom místě např. In-hall, In-store, In-home test, Metoda CLT (Central Location Test) - asistovaný sběr dat

v definované lokalitě, zpravidla v prostorách zákazníka. Pozorování, metoda SERVQUAL, hloubkové rozhovory a Focus group patří ke kvalitativním metodám výzkumu spokojenosti.

### 3.3 Marketingový výzkum jako metoda měření spokojenosti

Marketingový výzkum se uvádí jako jedna z metod pro měření zákaznické spokojenosti. Lze jej definovat jako objektivní a systematický cílevědomý proces hledání informací, jejichž následná analýza slouží pro identifikaci a řešení určitého problému. Michael Baumgardner definuje roli marketingového výzkumu jako poskytování informací k identifikaci marketingového problému a řešení takovým způsobem, který umožňuje přijetí určité akce či stanoviska (Kozel 2011, Albaum 2005, Malhotra 2010).

Marketingový proces obsahuje dvě fáze. Jedná se o přípravnou etapu a realizační etapu. Každá z těchto dvou uvedených etap v sobě skýtá několik na sebe navazujících kroků. Kozel (2011) uvádí devět kroků marketingového výzkumu. Tyto kroky přináší Obr. 3.3.



Obr. 3.3 – Proces marketingového výzkumu  
Zdroj: Kozel (2011) autorem upraveno

Malhotra (2010) uvádí oproti Kozlovi kroků šest. Jedná se o definování problému, rozvoj přístupu k problému, formulace a design výzkumu, práci v terénu a sběr dat, příprava a analýza dat, příprava reportu a prezentace.

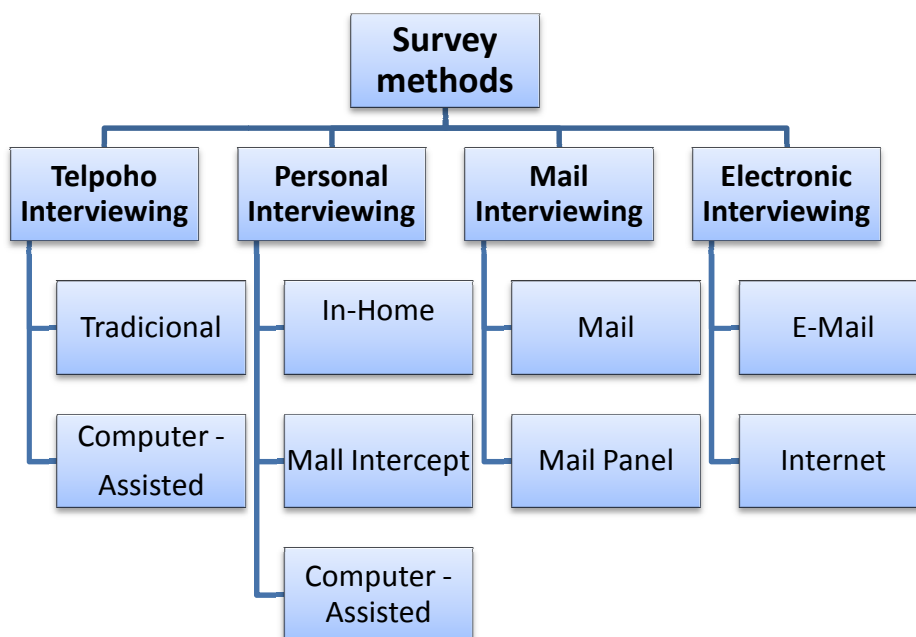
Marketingový výzkum obsahuje několik metod sběru dat. Jde zejména o dotazování, pozorování, experimenty, panely, kvantitativní a kvalitativní zpracování sekundárních dat, expertní a zkušenostní šetření, pilotní šetření a případové studie (Kozel 2011, Malhotra 2010).

## **Dotazníkové šetření**

Tato nejrozšířenější metoda sběru dat se zakládá na získávání informací od respondentů za pomoci dotazování na různé otázky týkající se určitého problému, návrhu, popisu a podobně. Otázky se zaměřují zejména na respondentovo chování, záměry, postoje, motivaci, povědomí a v poslední části také na demografické a životní charakteristiky sloužící k segmentaci (Malhotra 2010).

Dle Mulačová (2013) Lze rozlišit několik hlavních metod dotazování, jedná se především o telefonní dotazování, osobní, písemné a elektronické. Tyto hlavní metody se pak dále člení na dílčí části, což přináší Obr. 3.4. Každá z uvedených metod skýtá určité výhody a nevýhody. Mezi hlavní výhody u osobního dotazování patří snadné zpracování, poměrně vysoká návratnost, možnost pokládat složitější otázky či otázky upřesnit. Jako další výhoda se uvádí schopnost využití pomůcek a získání informací o respondentovi pozorováním. K nevýhodám můžeme řadit vysokou finanční náročnost, časovou náročnost na přípravu, školení tazatelů a riziko zkreslení odpovědí tazatelem. Výhody, jako nízké náklady, spojení s počítačem, možnost upřesnění dotazu a eventuálně opakování dotazování v případě nezastižení respondenta, patří k telefonickému dotazování. Vysoká náročnost na soustředění respondenta, nemožnost využití pomůcek, složitějších škál a většího počtu otázek patří do nevýhod telefonického dotazování. Elektronické dotazování se řadí mezi levné, rychlé, adresné. Lze u něj využít pomůcek, propojení s počítačem a využít grafické prezentace. Na druhé straně figuruje nízká návratnost, důvěryhodnost a vybavenost respondenta. Písemné dotazování přináší zejména následující výhody: nižší finanční náročnost, jednodušší organizaci, adresnost, širší územní rozložení. Za nevýhody se považuje nízká návratnost, nutná podpora návratnosti ze strany tazatele, nutnost využití jednodušších otázek (Kozel 2011; Malhotra 2010).





Obr. 3.4 – Metody dotazování  
Zdroj: Malhotra (2010) autorem upraveno

Za velmi důležité při dotazování se považuje správná volba otázek. Otázkymohou nést především tři základní funkce: **nástrojové**, které sedále člení na kontaktní, filtrační, analytické a kontrolní, **výsledkové**, obsahující nominální, měřítkové, dokreslující a projekční otázky, **pomůckové**, do kterých patří vzorky, verbální, obrazové, zvukové otázky (Kozel, 2011).

Jako další se používá členění dle variant odpovědí. V tomto případě se rozlišují tři typy. Otázky s uzavřenou odpovědí, polouzavřenou odpovědí a otázky otevřené.

**Polouzavřené** otázky představují kompromis mezi uzavřenou a otevřenou odpovědí. Respondentovi se předkládají možnosti výběru, ale je zde i úniková varianta, která umožňuje dotazovanému doplnění odpovědi vlastními slovy. U **otevřených otázek** není respondentovi předložena žádná varianta odpovědi, ten pak odpovídá vlastními slovy. Hlavní výhoda spočívá v originalitě odpovědi a prostoru pro vyjádření respondentova názoru, při kterém není nijak omezován. Při **uzavřených otázkách** se využívá standardizovaných odpovědí, tzn. respondentovi se přikládají varianty odpovědí, ze kterých vybírá pro něj tu nejvhodnější (Kozel, 2011).

### Dělení uzavřených otázek

Kozel (2011) uvádí následující dělení uzavřených otázek: alternativní, selektivní, normální a speciální. **Alternativní** neboli výběrové otázky představují takové varianty

odpovědí, které se navzájem vylučují, a lze vybrat pouze jednu možnost. Oproti tomu **selektivní** otázky, též nazývané výčtové, obsahují navzájem se nevylučující odpovědi. Respondentovi je tedy umožněno výběru více variant. Dále pak tyto otázky lze členit na normální a speciální. Do normálních alternativních otázek se zahrnují **bipolární** či dichotomické otázky, dané dvěma extrémy. Dále pak **trichotomické** otázky, kde se kromě dvou extrémů vyskytuje neutrální odpověď. Jako speciální otázky se uvádí **dialogové**. K těmto otázkám patří ty, u kterých respondenti neumí sdělit vlastní názor, a tudíž jim je sdělen názor jiných, nebo přehrána určitá scénka a respondent se pak přikloní k nějakému názoru. **Kvantitativní stupnice**- zde patří např. frekvence nákupu, spotřeby atd. Jako poslední se uvádí **kvalitativní škály**, které hodnotí zejména postoje, mínění, preference, spokojenost (Malhotra, 2010).

## Škály

Při použití tematicky blízkých otázek nabízející stejné varianty odpovědí, lze tyto otázky spojit do jednoho bloku, který se označuje jako baterie otázek. Velmi často se baterie využívá při měření spokojenosti. Za velmi vhodné se považuje, když se spokojenost poměřuje s důležitostí. V bateriích se často používá měření pomocí škál. Při použití škál se rozhoduje mezi typem škály, to zda se využije lichá nebo sudá, počtem kategorií škály, formě škály, jako použití verbálních, číselných, grafických či kombinovaných znaků, využití vyvážené anebo nevyvážené škály (Kozel, 2011; Malhotra, 2010).

Za správnou škálu se považuje vyvážená škála, která nabízí stejný počet pozitivních a negativních kategorií s počtem proměnných sedm, plus mínus dvě, tzn. hodnoty škály se pohybují mezi pěti a devíti proměnnými. Sudé škály se využívají pro vyřazení neutrální pozice a liché škály obsahují neutrální pozici, zamezující respondentovi odpovídat na něco, k čemu nemá vztah (Kozel, 2011; Malhotra, 2010).

## Likterova a Stapelova škála

Tyto dvě formy škál patří k jedněm z nejznámějších. Obě se nazývají podle svých objevitelů, konkrétně Rensisu Likertovi a Janu Stapelovi.

V likterově hodnotící škále respondenti zpravidla označují hodnoty mezi silným nesouhlasem a silným souhlasem. Velmi často má podobu 1-5, kdy 1 znamená silný nesouhlas, 3 neutrální odpověď a 5 silný souhlas. Objevují se také formy od -2 do +2, -3 do +3, 1-7 atd.

Stapelova hodnotící škála obsahuje sudý počet proměnných, tzn. neobsahuje neutrální pozici. Nejčastěji se používá deset nebo šest proměnných (-5 až +5; -3 až +3). Využívá se při vyjádření určitého postoje k různým atributům (Kozel, 2011; Malhotra, 2010).

### 3.4 Úspěšná nezisková organizace

Úspěšná nezisková organizace se vyznačuje srozumitelným posláním, strategickým plánováním, funkčním statutárním orgánem, vícezdrojovým financováním, rozvojem firemní kultury, zájmem o budoucnost a schopností odhadovat změny, určenými vnitřními pravidly, procesy a povědomím u veřejnosti (Šedivý, 2011; Vašítková 2008).

Pro správné fungování, přežití a rozvoj neziskové organizace Šedivý (2011) uvádí čtyři logické kroky: První krok - **založení organizace**, která zahrnuje posláním, určení právní formy a jmenování statutárního orgánu. Do druhého kroku – **strategie dlouhodobé udržitelnosti** patří strategické plánování, hodnoty, vize, určení cílových skupin a podporovatelů, zjištění, kdo jsou naši konkurenti, definice produktu, získání zdrojů nejen finančních ale i lidských, vyměření dlouhodobých cílů. V kroku tři – **způsobilosti** lze nalézt PR, fundraising, marketing, ekonomiku, finanční řízení, vedení a řízení lidských zdrojů. Poslední krok – **rozvoj** přináší volbu strategie, posilování značky a image organizace, lobbying, rozvoj lidí, nalezení nových zdrojů a identifikace příležitostí, sledování nových trendů.

#### Způsobilosti

Do způsobilostí neboli toho, jak nezisková organizace naplňuje své cíle a posláním se za nejdůležitější považuje PR, marketing a fundraising.

#### Public relations

PR představuje stimulaci poptávky po produktech a službách na základě pozitivních vztahů s veřejností. Za cíl se považuje budování image, posilování patriotismu, poskytování informací, utváření podmínek pro uplatnění nápadů a připomínek občanů, za důležité se také pokládá komunikace s občany a všeobecnou veřejností. Do PR se řadí: posilování firemní kultury a image organizace, provoz webových stránek, vydávání tištěných materiálů, pořádání akcí, komunikace s důležitými partnery, subjekty a s médii (Janečková, 1999; Šedivý 2011).

## **Fundraising**

Fundraising lze definovat jako soubor činností, které se zaměřují na získávání finančních či jiných prostředků na obecně prospěšnou činnost zpravidla neziskových organizací jako obce, mikroregiony, církve atd. Jako dárci se oslovují jednotlivci (sponzoři a mecenáši), firmy, nadace, státní úřady, orgány místní nebo krajské samosprávy a orgány EU. Do metod fundraisingu patří také veřejné sbírky, benefiční akce, žádosti o grant nebo dotaci, dárcovské sms, prodej vlastních výrobků a služeb (Boukal, 2013).

## **Marketing**

Marketing neziskových organizací lze definovat jako marketingové úsilí vynakládající se za účelem dosahování neziskových cílů. Zahrnuje činnost, jak produkt organizace dostat za správnou cenu na správné místo, ve správném čase ke správnému klientovi a zaměřuje se také na vytvoření, udržení, nebo změnu postojů a vztahů cílového publika k organizaci. Za důležité v neziskovém marketingu se považuje také segmentace a positioning, neboli definice toho, Pro koho? Pro kolik? Kde? a následné umístění v mysli (Šedivý, 2011; Vašítková 2008).

## **4 Metodika výzkumu**

Marketingový výzkum se skládá ze dvou etap navazujících na sebe. Jedná se o přípravnou a realizační etapu.

### **4. 1 Přípravná fáze**

V této fázi se definuje problém, cíl, plán výzkumu a provádí se předvýzkum. Správně provedená přípravná fáze se považuje za důležitější a časově náročnější než realizační fáze.

#### **Definice problému**

Zástupci mikroregionu a zastupitelé členských obcí se snaží dělat maximum pro své občany. Nicméně netuší, zda jsou občané s jejich činnostmi a poskytovanými službami spokojeni. V rámci mikroregionu nebyl nikdy předtím proveden žádný výzkum týkající se této problematiky a nejsou tedy známy potřeby a názory obyvatel.

#### **Cíl výzkumu**

Cílem výzkumu bylo vyhodnotit data a na základě těchto dat provést analýzu spokojenosti obyvatel mikroregionu s poskytovanými službami ve vybraných oblastech, kterými byly: zdroje informací o mikroregionu, komunikace mikroregionu se svými občany, sportovní, kulturní a společenské vyžití, oblast cestovního ruchu, životní prostředí, školství, bezpečnost a dopravní obslužnost. Záměrem bylo také odhalit informace, jaké služby obyvatelé považují za nedostačující. Práce se také zaměřuje na akci Hry bez hranic, kterou mikroregion pořádá a turistické informační centrum, jehož je zřizovatelem.

#### **Typy informací**

Pro diplomovou práci se využila jak primární, tak sekundární data. Zdrojem primárních informací bylo elektronické dotazování prostřednictvím dotazníku.

Z externích zdrojů byly získány sekundární informace. Za externí zdroje se považují především internetové stránky, odborná literatura a periodika. Informace o mikroregionu byla získána především z oficiálních stránek a výročních zpráv, které lze volně nalézt na internetovém portálu. Dalším zdrojem informací se staly také výsledky Českého statistického úřadu.

## **Dotazník**

Dotazník se skládal celkem z 29 otázek. V úvodu dotazníku se představuje tazatel a respondentům zde byl vysvětlen důvod a účel dotazování. V dotazníku se objevují zejména uzavřené otázky, byla použita také jedna otevřená otázka a tři polouzavřené, několik hodnotících matic a dvě filtrační otázky. Pro měření se využilo sedmibodové Likterovy hodnotící škály od -3 do +3, kdy -3 značila absolutní nespokojenost a +3 absolutní spokojenost resp. preferenci či postradatelnost. Identifikaci respondentů se věnuje závěrečná část, kde se objevují analytické otázky na bydliště respondentů, délku života v mikroregionu, věk, vzdělání, společenský status a pohlaví. Celý dotazník se nachází v Příloze 2.

## **Metoda sběru dat**

Jako metoda pro sběr dat bylo použito dotazníkové šetření, které probíhalo elektronickou formou tzv. CAWI, prostřednictvím webového portálu vyplnto.cz. Respondenti byli dotazováni především formou elektronické pošty a pomocí sociálních sítí. Respondenti mohli také dotazník vyplnit na webových stránkách mikroregionu a členských obcí. Pro výběr tazatelů lze použít reprezentativní a nereprezentativní techniky. Ve výzkumu se využila nereprezentativní technika výběru. K výběru respondentů se aplikoval úsudkový výběr technikou vhodného úsudku, řetězový výběr tzv. snowball efekt a samovýběr. Na přání zadavatele se také několik dotazníků sesbíralo osobním dotazováním (CAPI) na akci Hry bez hranic. Na této události byli respondenti vybíráni technikou vhodného úsudku.

## **Základní a výběrový soubor**

Základní soubor představují všichni obyvatelé mikroregionu Plumlovsko s věkem nad 15 let, celkový počet těchto osob se pohybuje kolem 5 000 obyvatel. Velikost výběrového souboru byla plánována formou slepého odhadu na 200 respondentů. Ze strany zadavatele nebyly požadovány žádné kvótní výběry, jedinou podmínku představovalo oslovení respondentů ze všech členských obcí mikroregionu.

## **Pilotáž**

Před spuštěním výzkumu byla provedena pilotáž. Této pilotáže se zúčastnilo celkem 8 osob, které testovaly srozumitelnost, úplnost a návaznost otázek a odpovědí. Jednalo se o čtyři muže a čtyři ženy různých věkových kategorií, vzdělání a statusu. Díky pilotáži byly odhaleny a následně napraveny drobné chyby v dotazníku.

## Rozpočet výzkumu

Do rozpočtu výzkumu se mohou řadit náklady na vytištění pěti stránkového dotazníku, při vyplňování na akci Hry bez hranic, dále pak doprava na tuto akci, ovšem tyto náklady lze považovat za zanedbatelné, jejich výše činila maximálně 50 Kč.

## Problémové okruhy

Výzkum se zaměřuje zejména na čtyři oblasti, do kterých se řadí: komunikace mikroregionu s občany, trávení volného času občanů, životní prostředí a dopravní infrastruktura. V každé z uvedených oblastí se nachází několik problémových okruhů, které zástupci mikroregionu definovali takto:

**komunikace** – za problémové se v tomto bodě považují zejména webové stránky mikroregionu,

**životní prostředí** – v rámci životního prostředí byly jako problémové části zařazeny čistota obcí a Plumlovské přehrady, dále pak potřeba míst pro trávení volného času závislých na věku obyvatel,

**trávení volného času** – zde se jako problémové oblasti jeví neznalost preferencí v trávení volného času, nedostatečné možnosti pro dospělé,

**dopravní infrastruktura** – do problémových částí se zde řadí závislost spokojenosti se stavem silnic dle místa bydliště,

## Harmonogram činností

Výzkum probíhal od listopadu 2015 do července 2016. Tab. 4.1 přináší přehled činností.

Činnost	Období								
	Listopad	Prosinec	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec
Definování problému a cílů									
Sběr sekundárních dat									
Tvorba dotazníku									
Pilotáž									
Sběr primárních dat									
Zpracování dat									
Analýza dat									
Návrhy a doporučení									

Zdroj: Vlastní

## 4. 2 Realizační etapa

Do realizační etapy se řadí následující činnosti: sběr dat, zpracování dat a jejich následná analýza.

### Sběr dat

Sběr dat probíhal dotazníkovým šetřením v době od 18. května 2016 do 20. června 2016. Při získávání odpovědí od respondentů se jako jediný problém jevila pouze menší neochota vyplnit dotazník. Celková návratnost při online dotazování se pohybovala na hranici 60 %. Při osobním dotazování na akci Hry bez hranic byla návratnost ještě menší. Z plánovaného počtu 50 dotazníků bylo sesbíráno pouhých 22. Po ukončení dotazování a spojení sesbíraných dotazníků z online i osobního dotazování, byl počet vyplněných dotazníků 211. Poté následovala kontrola těchto dotazníků a bylo zjištěno, že dotazník vyplnili i respondenti mladší patnácti let. Tito respondenti nepatří do výběrového souboru a tudíž následovalo jejich vyřazení z výzkumu. Výsledné množství dotazníků následně činilo 208 ks.

### Analýza dat

Po zkontrolování všech dotazníků a vyřazení nevyhovujících respondentů, byla vytvořena datová matice v programu Microsoft Excel 2007, a následovalo zakódování otázek a přenesení této matice do programu IBM SPSS Statistics 23, kde byla provedena analýza získaných dat.

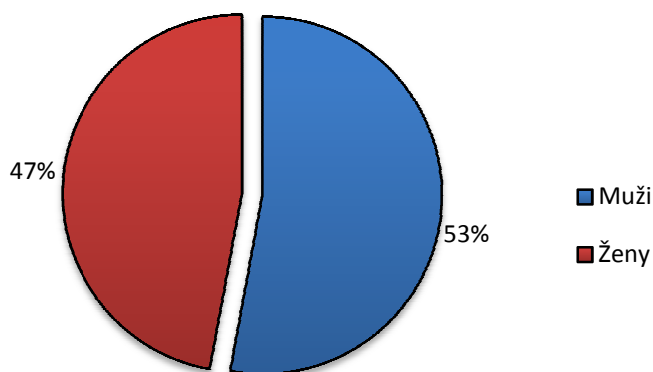


### 4.3 Struktura respondentů

Výběrový soubor čítal po vyřazení nevhodných dotazujících 208 respondentů. Tito respondenti byli strukturováni na základě identifikačních otázek, které se týkaly věku, pohlaví, délky a místa života v obci mikroregionu, nejvyššího dosaženého vzdělání a společenského statusu.

#### Pohlaví

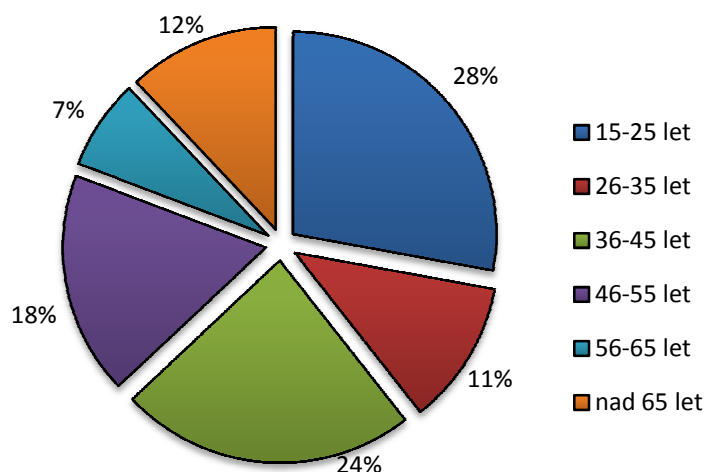
Z hlediska pohlaví se průzkumu zúčastnilo celkem 110 mužů a 98 žen. V procentuálním vyjádření se tato čísla rovnají u mužského pohlaví necelým 53 % a ženské pohlaví přesahuje o jednu desetinu hranici 47 %. Rozložení respondentů z hlediska pohlaví lze také sledovat na Obr. 4.1.



Obr. 4.1 – Pohlaví respondentů  
Zdroj: Vlastní

#### Věk

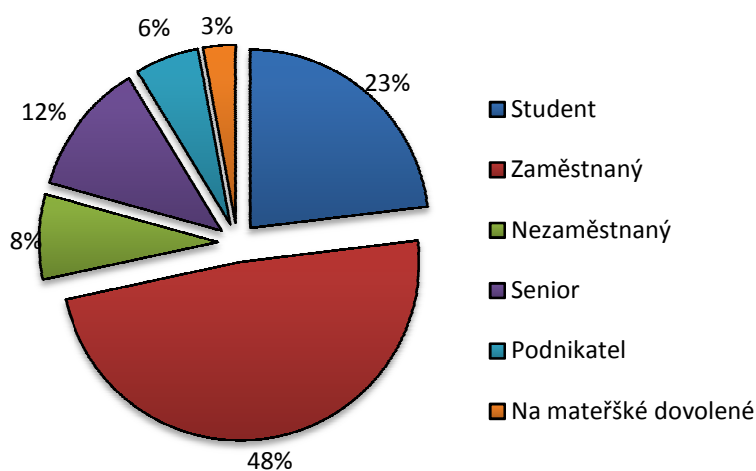
Z pohledu věku bylo respondentům nabídnuto celkem 7 kategorií, ovšem jedna kategorie (pod 15 let) byla z šetření vyřazena. Kategorie byly odstupňovány v rozmezí 10 let, od 15 po 65 let. Přes 60 % respondentů se řadilo do kategorie 45 let a níže. Nejpočetnější zastoupení představovala „nejmladší kategorie“ 15 - 25 let. Nejméně početná byla kategorie 56 až 65 let. Rozložení dotazovaných z hlediska věku přináší Obr. 4.2.



Obr. 4.2 – Věková struktura respondentů  
Zdroj: Vlastní

### Sociální statut

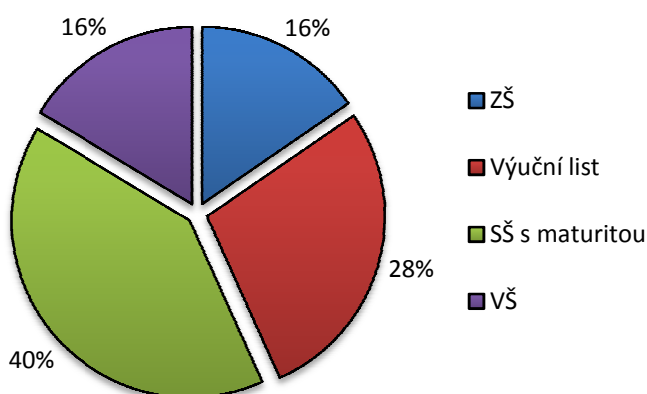
Při otázce na sociální status se respondenti řadili do 7 kategorií. Od studentů, přes zaměstnané, podnikatele, nezaměstnané, seniory, po respondenty na mateřské dovolené. Největší počet zastoupených měly kategorie studentů a zaměstnaných celkem 71,6 %. Pouhá 3 % respondentů se nacházela v době vyplňování na mateřské dovolené. Situaci ohledně postavení dokresluje Obr. 4.3.



Obr. 4.3 – Status respondentů  
Zdroj: Vlastní

## Vzdělání

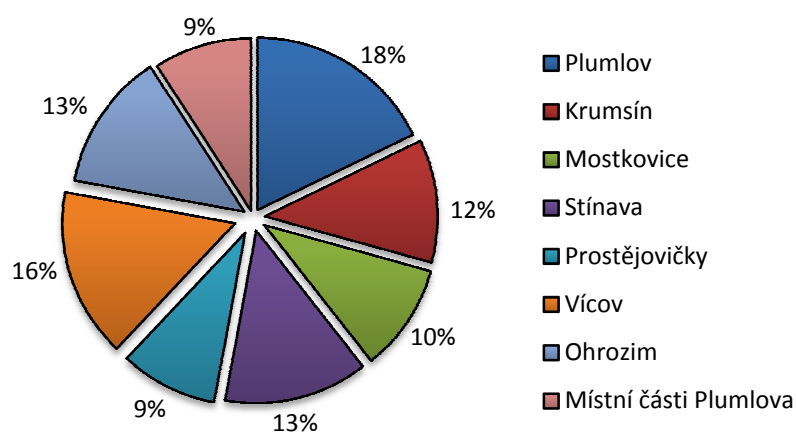
Na Obr. 4.4 je vidno rozložení respondentů dle nejvyššího ukončeného vzdělání. Přes 50 % respondentů uvedlo dokončenou střední školu s maturitou a 34 respondentů z této kategorie dále dosáhlo na vysokoškolské vzdělání. Nejméně početné zastoupení patřilo vyplňujícím se základním vzděláním (15,4 % respondentů). Z celkového počtu 208 dotazníků se v žádném nevyskytovala označená odpověď s vyšším odborným vzděláním.



Obr. 4.4 – Vzdělání respondentů  
Zdroj: Vlastní

## Bydliště

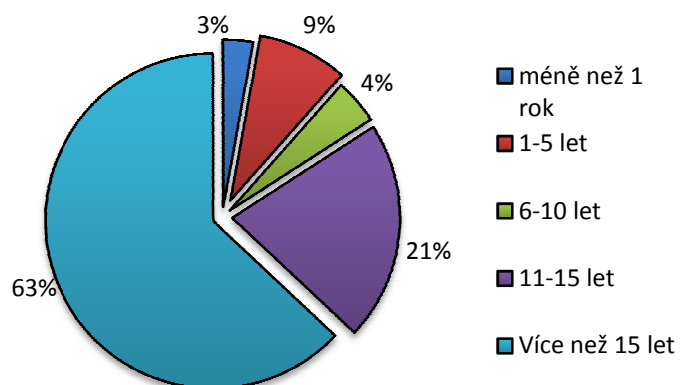
Složení struktury respondentů dle místa bydliště v mikroregionu demonstruje Obr. 4.5. Nejvíce respondentů bydlelo v obcích Plumlov a Vícov s celkovým počtem 70, což odpovídá 34 %, z toho bylo 18 % z obce Plumlov a 16 % z Vícova. Nejméně respondentů se vyskytovalo v menších obcích jako Hamry, Žarovice a Soběsuky (místní části Plumlova) a Prostějoviček. Obě části zaznamenaly stejné procento respondentů.



Obr. 4.5 – Bydliště respondentů  
Zdroj: Vlastní

### Délka života v mikroregionu

Více než 80 % z 208 dotazovaných, uvedlo, že žije na území mikroregionu déle než 10 let a 131 vyplňujících z této kategorie označilo v dotazníku, že v mikroregionu bydlí již přes 15 let. Pouze 11 % dotazujících uvedlo délku života menší než 5 let. Zbylé výsledky dokresluje Obr. 4.6.



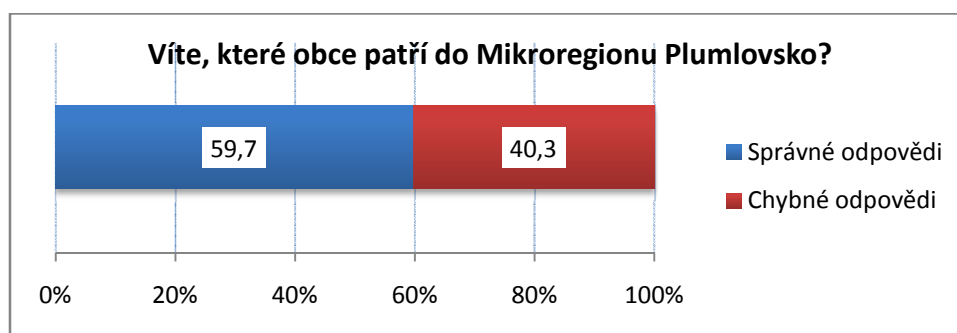
Obr. 4.6 – Délka života respondentů v mikroregionu  
Zdroj: Vlastní

## 5 Analýza výsledků výzkumu

Tato kapitola se zabývá analýzou spokojenosti obyvatel mikroregionu Plumlovsko prostřednictvím dat získaných primárním výzkumem za pomoci dotazníkového šetření. Nejdříve byly prezentovány odpovědi od respondentů na jednotlivé otázky dle třídění prvního stupně. Následně za pomoci identifikačních otázek bylo provedeno třídění druhé stupně. Tabulky třídění 1. a 2. stupně dokreslující výsledky analýzy přináší Příloha 3.

### Znalost členských obcí mikroregionu

Jako první byli respondenti tázáni, zda vůbec vědí, které obce patří do mikroregionu Plumlovsko. Otázka byla zvolena formou otevřené odpovědi. Odpovědi byly zakódovány na správné a chybné, výsledky lze pozorovat na Obr. 5.1. V chybných odpovědích byly nejčastěji opomínány obce: Stínava, Mostkovice a Ohrozim. Mezi další časté odpovědi se řadil Plumlov se svými místními částmi. Pouze ve dvou případech zodpovězené obce do mikroregionu vůbec nepatřily, jednalo se o obec Ptení, sousedící s Vícovem a obec Morkovice (tato odpověď by se možná dala brát pouze jen jako respondentova nedbalost, ale jelikož Morkovice existují, nebylo tak učiněno).



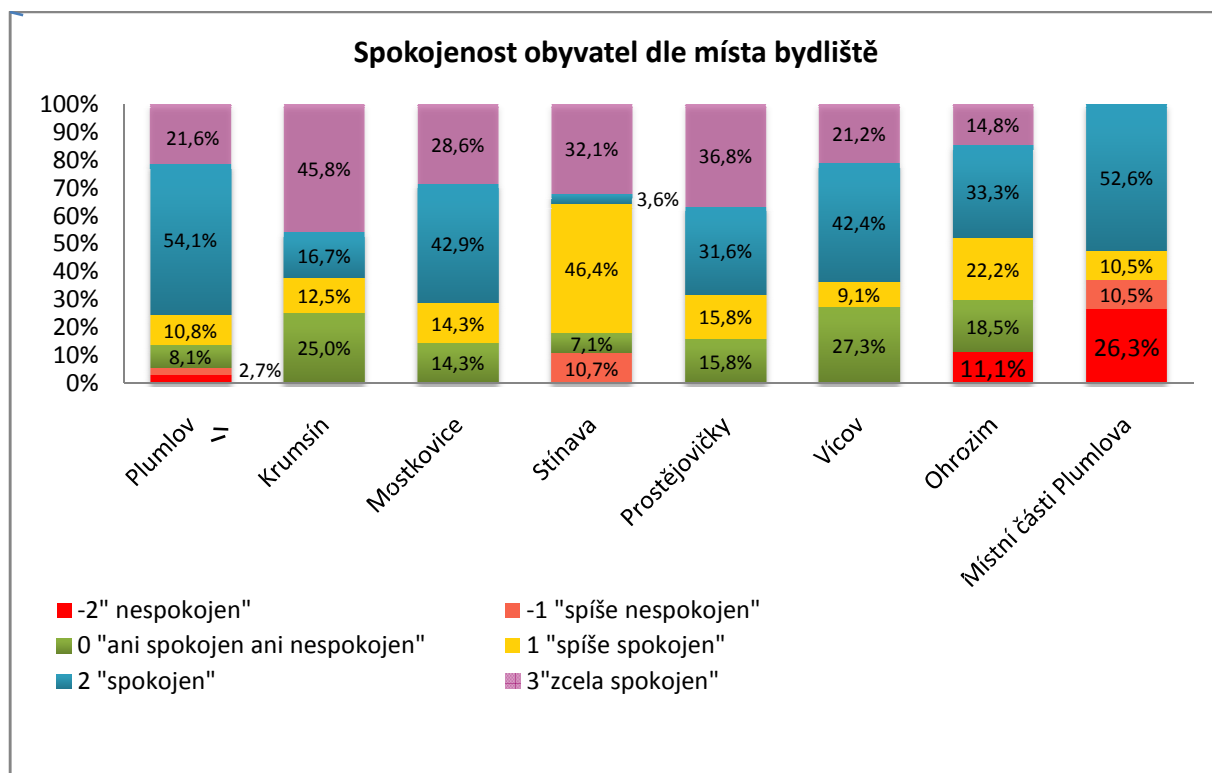
Obr. 5.1 – Správné a chybné odpovědi na členské obce

Zdroj: Vlastní

### Celková spokojenost občanů mikroregionu

V úvodu dotazníku byli občané tázáni na jejich celkovou spokojenost se životem v mikroregionu Plumlovsko. Výsledky lze považovat za pozitivní, téměř 80 % všech respondentů vyjádřilo spokojenost s životem ve zkoumané oblasti. Nejvíce lidé uváděli hodnotu „2“, která znamenala spokojenost, tuto odpověď označilo 73 respondentů. To vyplývá i z dosaženého průměru, který činil 1,51. Žádný z 208 tázaných neuvedl naprostou nespokojenost a pouze 7,2 % se v mikroregionu cítilo nespokojeně. Tito nespokojení respondenti pocházeli z obcí Plumlov, Stínava, Ohrozim a největší procentuální podíl (36,8%)

se nacházel v místních částech Plumlova. Rozložení respondentů dle spokojenosti a místa bydliště lze pozorovat na Obr. 5.2. Nespokojenost označovali pouze muži, oproti tomu u ženského pohlaví přes 85 % žen vyjádřilo spokojenost s žitím na Plumlovsku. Z hlediska statusu lze za nejvíce spokojené považovat seniory, jelikož tato kategorie byla v procentuálním porovnání nejhojnější, spokojenost označilo více než 60 %



Obr. 5.2 – Spokojenost obyvatel dle místa bydliště

Zdroj: Vlastní

### Důležitost faktorů pro spokojenost se životem

Jako faktory pro důležitost s žitím v mikroregionu byly respondentům předloženy: dostupnost pracovních možností, sportovní vyžití, společenské akce, bezpečnost, životní prostředí, nákupní možnosti, náklady na živobytí, dopravní infrastruktura, zdravotní a sociální služby, školství a kulturní akce. Porovnání průměru obsazených pozic přineslo výsledky od 4,70 po 7,27. Nejlépe se v porovnání obsazených pozic umístily zdravotní a sociální služby s průměrem 4,70, za nejdůležitější faktor pro spokojenost s životem v mikroregionu tyto služby označilo 18,8 % všech respondentů, za druhý nejdůležitější faktor v rámci průměrového srovnání bylo identifikováno životní prostředí s hodnotou 4,76. Tento faktor respondenti nejméně často umísťovali na jedenáctou příčku, která znamenala minimální

důležitost. Nejhuře se v porovnání umístila dostupnost pracovních možností s výsledným průměrem 7,27. Za pozoruhodné lze považovat fakt nedůležitosti tohoto faktoru u 75 % z nezaměstnaných respondentů, z čehož lze usuzovat, že se jedná buď o dobrovolně nezaměstnané a tím pádem ani nehledají pracovní možnosti, nebo těmto respondentům nevadí cestovat za prací, což se projevuje i v kategorii zaměstnaných. Tento faktor je možno považovat za mírně zkreslený, protože na tuto otázku odpovídala i značná část seniorů, která již z velké části nemusí řešit pracovní možnosti. Jako další dva spíše méně důležité faktory byly analyzovány nákupní možnosti a společenské akce, jejichž průměry se lišily o pouhé dvě setiny (7,00; 6,98) výsledky lze možno sledovat v Tab. 5.1.

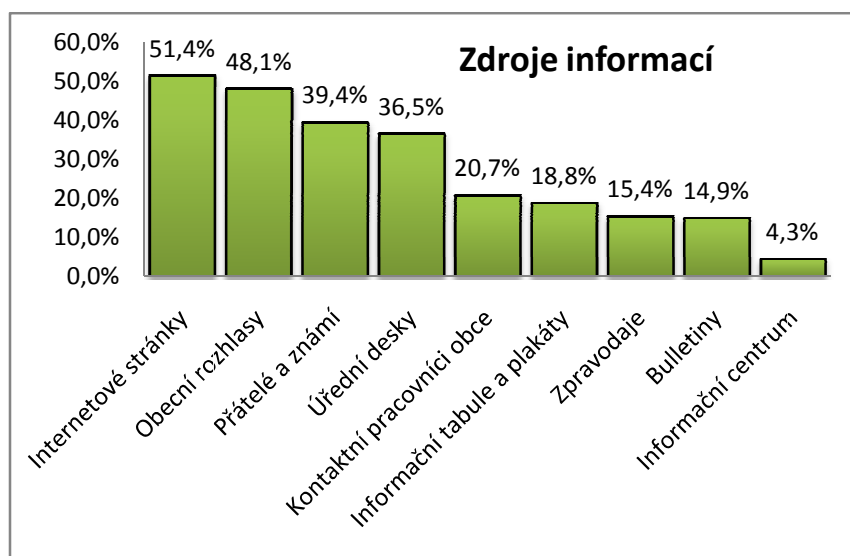
Tab. 5.1 – Průměry důležitosti

	Mean
Zdravotní a sociální služby	4,70
Životní prostředí	4,76
Sportovní vyžití	5,54
Školství	5,57
Bezpečnost	5,62
Dopravní infrastruktura	5,88
Náklady na živobytí	6,08
Kulturní akce	6,62
Společenské akce	6,98
Nákupní možnosti	7,00
Dostupnost pracovních možností	7,27

Zdroj: Vlastní

## Zdroje informací

Mezi čtyři nejčastější zdroje informací o mikroregionu respondenti řadili internetové stránky, obecní rozhlas, informace od svých přátel a známých a informace získané z úředních desek. Tyto odpovědi získaly téměř 70% ze všech možných odpovědí. Informace o obcích vyhledávala na internetu více než polovina ze všech respondentů. Nejméně respondenti získávali informace formou zpravodajů a bulletinů a pomocí informačního centra. Zbylé výsledky zdrojů nejčastějšího získávání informací o obci či mikroregionu přináší Obr. 5.3.



Obr. 5.3 – Nejčastější zdroje informací o obci/mikroregionu

Zdroj: Vlastní

### Spokojenost s komunikací

Hodnota průměru spokojenosti občanů s komunikací obcí a mikroregionu se blížila jedné, což znamená částečnou spokojenost. Respondenti nejčastěji uváděli hodnotu 1 a 2 a to shodně ve 47 %. V této otázce byla zařazena i úniková odpověď s hodnotou 10, která znamenala nemožnost posouzení spokojenosti s tímto faktorem. Tato hodnota byla v SPSS označena jako missing, aby nemohla zkreslovat výsledný průměr. Únikovou odpověď zvolilo 5,8 % respondentů, kteří zřejmě nepozorují žádnou komunikaci směrem z obce či mikroregionu. 22,5 % respondentů vyjádřilo nespokojenost s komunikací a 61,5 % bylo alespoň minimálně spokojených zbylé, procento respondentů označilo neutrální odpověď. Zcela nespokojení respondenti pocházeli pouze z Plumlova. Procentuálně nejvíce spokojených občanů s komunikací uvedlo bydliště v Prostějovičkách, konkrétně odpověď zcela spokojen s komunikací uvedlo přes 52 % respondentů z této obce. Z hlediska pohlaví lze spokojenost považovat téměř za srovnatelnou.

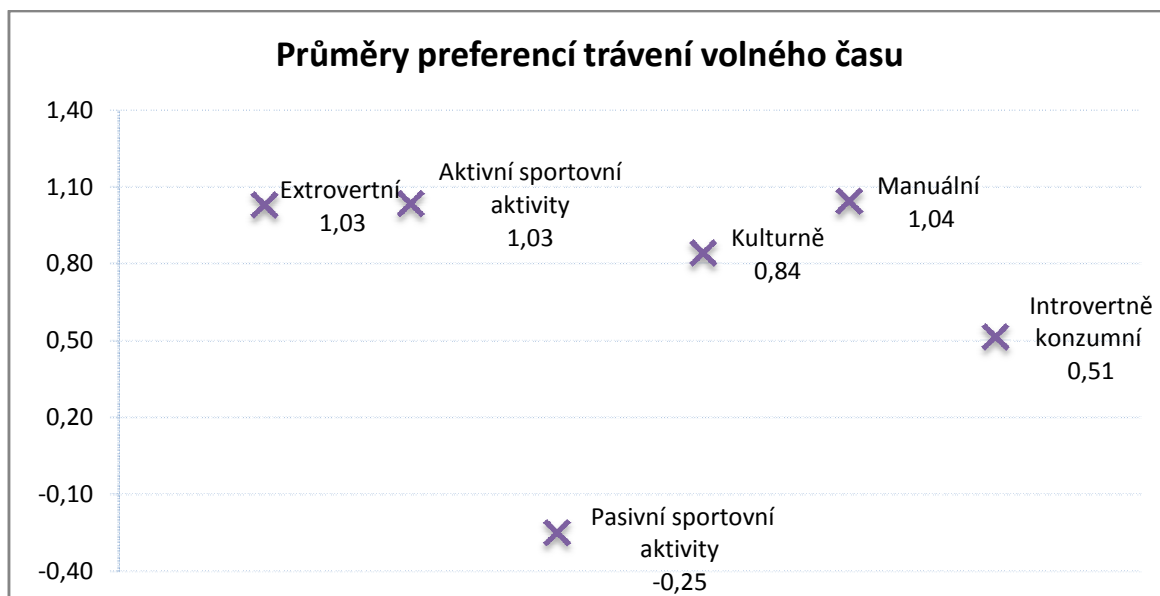
V porovnání se třemi informačními nosiči (webové stránky, úřední desky a informační centrum) byli respondenti spokojenější u úředních desek než u informačního centra a webových stránek. Nicméně o spokojenosti se hovořit nedá. Průměry všech tří nosičů nepřevýšily hodnotu 1. Této hodnotě se přiblížily pouze úřední desky s průměrem 0,86. Zbylé hodnoty se pohybovaly pod 0,5, webové stránky dosáhly průměru 0,23 a informační centrum 0,38. Zde se objevil i nemalý počet odpovědí „neumím posoudit“, např. u webových stránek



takto odpovídělo necelých 30 % respondentů. Za nejspokojenější věkovou kategorii lze považovat tu od 26 do 35 let následovanou věkovou skupinou od 56 do 65 let.

### Trávení volného času

Z analýzy vyplynulo, že mezi respondenty se nevyskytuje dominantní způsob trávení volného času. V průměrovém porovnání až na pasivní sportovní aktivity, všechny ostatní způsoby trávení volného času dosáhly průměru vyššího 0, což znamená preferenci. Pasivní sportovní aktivity jako využití volného času lze u respondentů považovat spíše za nevyhledávané. Průměry preferencí trávení volného času přináší Obr. 5.4. Průměry byly počítány z hodnot vyplněných respondenty od -3 do +3 kdy -3 znamenala „zcela nepreferuji a +3 „zcela preferuji“ Mezi aktivitu, která byla u respondentů nejčastěji označována za zcela preferující, se zařadily aktivní sportovní aktivity. Toto využití volného času zcela preferovalo 27,9 % respondentů. O necelých 5 % méně respondentů označilo stejnou odpověď u manuálního trávení volného času a 18,8 % vyplnilo nejvyšší preferenci pro extrovertní volnočasové aktivity. Tyto tři činnosti obdrželi i podobné průměry, které byly o čtyři respektive tři setiny vyšší než jedna. Na aktivním sportovním vyžití a manuálním trávení volného času lze pozorovat preference podle věku, zatímco mladší preferují spíše sport a nepreferují manuální práce, tak s postupem věku se tyto preference mění v opačné. Srovnání sportovního a manuálního trávení volného času dle věku je vidno v Příloze 4.



Obr. 5.4 – Průměry preferencí trávení volného času

Zdroj: vlastní

V porovnání se spokojeností s vybranými, kulturními, společenskými a sportovními faktory, byli respondenti nejvíce spokojeni s akcemi pro děti, jejichž průměr dosáhl celkové výše 2,06. Této hodnotě se dále ještě přiblížily kulturní akce (1,65). U zbývajících faktorů se průměry pohybovaly okolo 1 (tzn. spíše spokojen). V průměrovém porovnání nejhůře dopadly výstavy s hodnotou 0,49. Kompletní výsledky všech faktorů přináší Tab. 5.2. Jak již vyplynulo z porovnání průměrů, zcela spokojeni byli respondenti s Akcemi pro děti, takto odpovědělo 59,9 % hodnotících. Dle „missing“ hodnot, které znamenaly odpověď „neumím posoudit“ lze vydedukovat, který z faktorů respondenti nejvíce navštěvují či mají největší povědomí. Nejméně těchto odpovědí (což znamená největší obeznámení) se vyskytlo u akcí pro děti - konkrétně 16, dále pak u kulturních akcí, které neumělo posoudit pouze o dva respondenty více než u akcí pro děti. Naopak, nejvíce respondenti nemohli posoudit tematické prohlídky na zámku v Plumlově.

Tab. 5.2 – Průměry spokojenosti s vybranými faktory

	Sportovní areály	Posilovny	Sportovní spolky	Koncerty	Výstavy	Tematické prohlídky zámku	Kulturní akce	Knihovny	Akce pro děti	Jiné sportovní možnosti
průměr	1,09	0,96	0,77	0,87	0,49	1,32	1,65	1,01	2,06	0,87

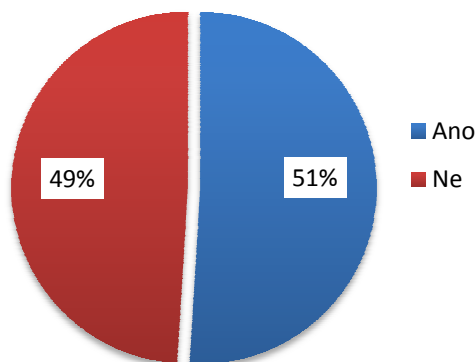
Zdroj: Vlastní

Respondenti, kromě spokojenosti s vybranými faktory, byli také tázaní na to, které formy využití volného času jim v mikroregionu chybí nebo těchto akcí není dostatečný počet. Za naprosto spokojené, lze považovat 12,3 % respondentů, kteří nenachází žádný nedostatek v možnostech trávení volného času. Nejvíce respondenti nacházeli nedostatek u akcí pořádaných pro dospělé, takto odpovědělo 38,5 % dotazovaných, druhý největší nedostatek se u 26,4 % respondentů nachází v akcích pro seniory. Podobných výsledků dosáhly sportovní a kulturní akce společně s manuálním využitím volného času. Nejmenší nedostatek byl uveden pro akce pro děti, což navazuje na předešlé hodnocení spokojenosti.

### Hry bez hranic

Z celkového počtu 208 respondentů se akce Hry bez hranic někdy zúčastnila větší polovina vyplňujících, viz Obr. 5.5. Tuto akci navštívil procentuálně větší počet žen (61,2 %) než mužů (41,8 %). Největší zastoupení dle obcí měly Krumsín a Stínava. 70,8 % respondentů z obce Krumsín uvedlo, že se zúčastnili akce a v případě respondentů ze Stínavy takto odpovědělo 60,7 %.

**Navštívil/a jste někdy akci Hry bez hranic?**

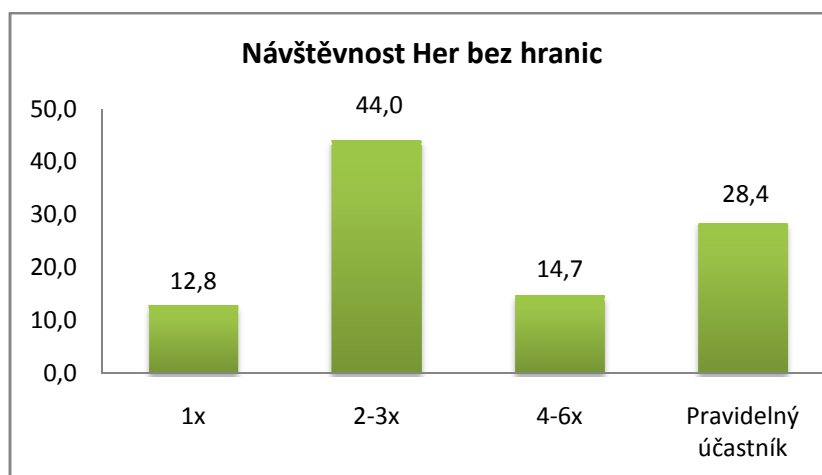


Obr. 5.5 – Účast na hrách bez hranic

Zdroj: Vlastní

Co se týče spokojenosti s vybranými faktory, tak nejlépe respondenti hodnotili celkovou zábavu na akci, která obdržela průměr 2,04, který značí spokojenost u respondentů. Nejhůře z pohledu respondentů dopadly doprovodné akce, se kterými byli spíše spokojeni, výsledný průměr činil 1,08. Spokojenost s celkovou zábavou vyjádřili především respondenti z Mostkovic a Prostějoviček, Všichni respondenti z těchto obcí uvedli hodnotu vyšší než 0. S dopravní dostupností byli nejméně spokojeni obyvatelé místních částí Plumlova, v těchto obcích, se akce nekonaly, a tudíž se takový výsledek dal předpokládat.

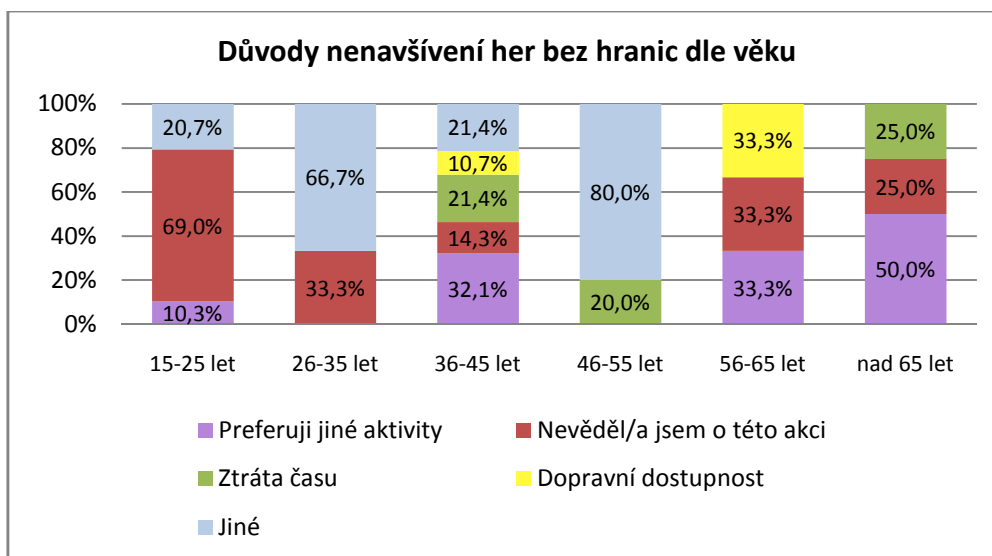
Ze všech respondentů, kteří vyplnili, že se zúčastnili akce Hry bez hranic, jich 43,1 % navštívilo více než 3x. Pravidelných účastníků bylo 28,4 % a nejvíce respondentů (44 %) vyplnilo odpověď o četnosti návštěv 2-3x. Výsledky lze pozorovat na Obr. 5.6. Mezi pravidelné účastníky patří obyvatelé všech členských obcí. Po šesti respondentech ze Stínavy, Krumsína a Prostějoviček, 4 pravidelní účastníci uvedli jako bydliště Plumlov a zbylých 9 pravidelných účastníků pocházelo z Vícova, Mostkovic a Ohrozimi. Žádný z pravidelných účastníků neuvedl bydliště v místních částech Plumlova.



Obr. 5.6 – Návštěvnost her bez hranic

Zdroj: Vlastní

Celkem 102 respondentů uvedlo, že akci nazvanou Hry bez hranic nikdy nenavštívila. Jako nejčastější důvod uváděli respondenti to, že o této akci nevěděli, takto odpovídalo 32,4 % těchto vyplňujících, 20,6 % uvedlo jako důvod neúčasti preferenci jiné aktivity. Velká část, téměř 30 % uvedlo jako důvod jiné, tyto odpovědi byly velmi různorodé a proto nebyly dále kódovány. Objevovaly se např. odpovědi, neměl jsem čas, nechtělo se mi, nevím, proč jsem nešla atd. Respondenti ve věku od 15 – do 25 let nejčastěji uváděli, že o akci nevěděli, zatímco starší věková kategorie 36 – 45 let, uvedla nejčastější důvod preferenci jiných aktivit. Zbylé výsledky je možno pozorovat na Obr. 5.7.



Obr. 5.7 – Důvody nenavštívení Her bez hranic dle věku

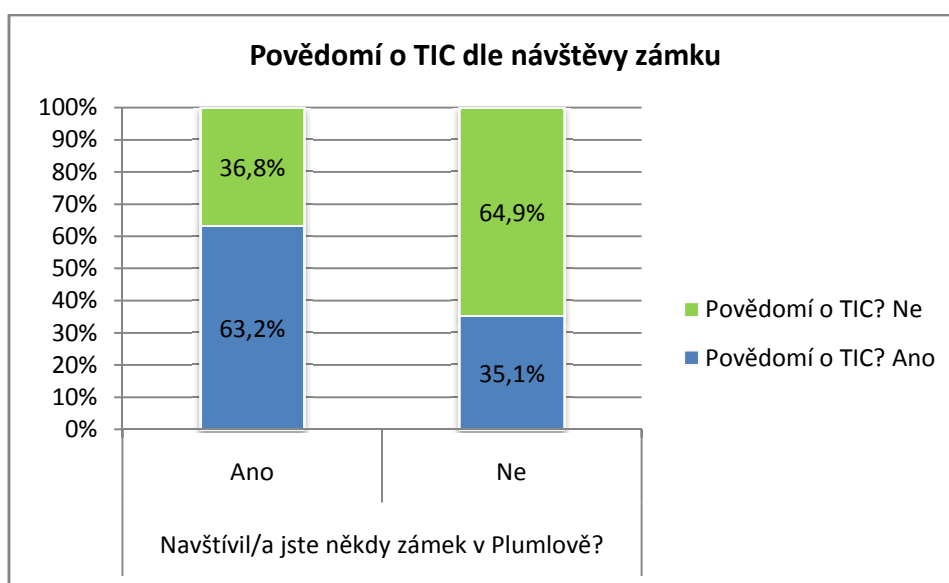
Zdroj: Vlastní

## Turistika

V oblasti turistiky a cestovního ruchu se respondenti cítili pouze spíše spokojeni, průměr hodnocení všech respondentů činil 0,9. Spokojení v této oblasti byli především respondenti z Mostkovic, u kterých se nevyskytla ani jedna odpověď vyznačující nespokojenost. Spokojení respondenti patřili z velké části do věkové kategorie 15 - 25 let, kdy 85% respondentů tohoto věku vyjádřilo spokojenost v oblasti turistiky a cestovního ruchu. Spokojenější byly v této oblasti většinou vyplňující ženského pohlaví (83 % žen).

Návštěvu Plumlovského zámku uvedlo 82,2 % respondentů, největší procentuální zastoupení ze své kategorie měli studenti a senioři (93,8 % resp. 88 %). Nenavštívení tohoto zámku uvedli nejvíce respondenti z obcí Stínava, Vícov a místních částí Plumlova. Návštěvnost zámku z hlediska pohlaví byla poměrně vyrovnaná a lišila se pouze třemi procenty ve prospěch žen.

Povědomí o turistickém informačním centru umístěném na zámku v Plumlově, mělo 58,2 % všech respondentů. Nejmenší povědomí lze připsat respondentům starších 65 let, kterých 88 % uvedlo, že o tomto centru nevědí. Informace o možnostech využití turistického centra by se měla předat zejména občanům z Mostkovic a z místních částí Plumlova, jelikož tito respondenti měli nejmenší podíl o povědomí informačního centra. Pouze 28,6 % respondentů z Mostkovic a 15,8 % vyplňujících z místních částí Plumlova vědělo, že se na zámku vyskytuje toto centrum. Jak lze pozorovat na Obr. 5.8, více než polovina respondentů, kteří navštívili zámek v Plumlově, mají i povědomí o TIC.

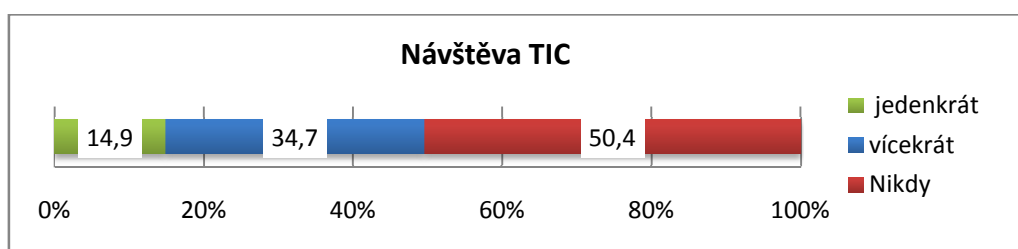


Obr. 5.8 – Povědomí o TIC dle návštěvy zámku

Zdroj: Vlastní

Jako nejčastější zdroj o tom, jak se o turistickém informačním centru dozvěděli, uváděli respondenti návštěvu zámku 34,1 %, druhou nejpočetnější kategorií byly informace od přátel a známých, takto odpovědělo 12 % respondentů. Pouze 1,4 % respondentů uvedlo, že se o TIC dozvědělo díky poutači u obchodu v Plumlově.

Polovina respondentů, kteří měli povědomí o informačním centru, jej také navštívila, z toho 34,7 % návštěvu provedlo již vícekrát, viz Obr. 5.9. Nenavštívení uváděli především respondenti starší 65 let, bydlících v místních částech Plumlova a také vyplňující, kteří byli v době vyplňování nezaměstnaní nebo podnikali.



Obr. 5.9 – Návštěvnost TIC

Zdroj: Vlastní

## Životní prostředí

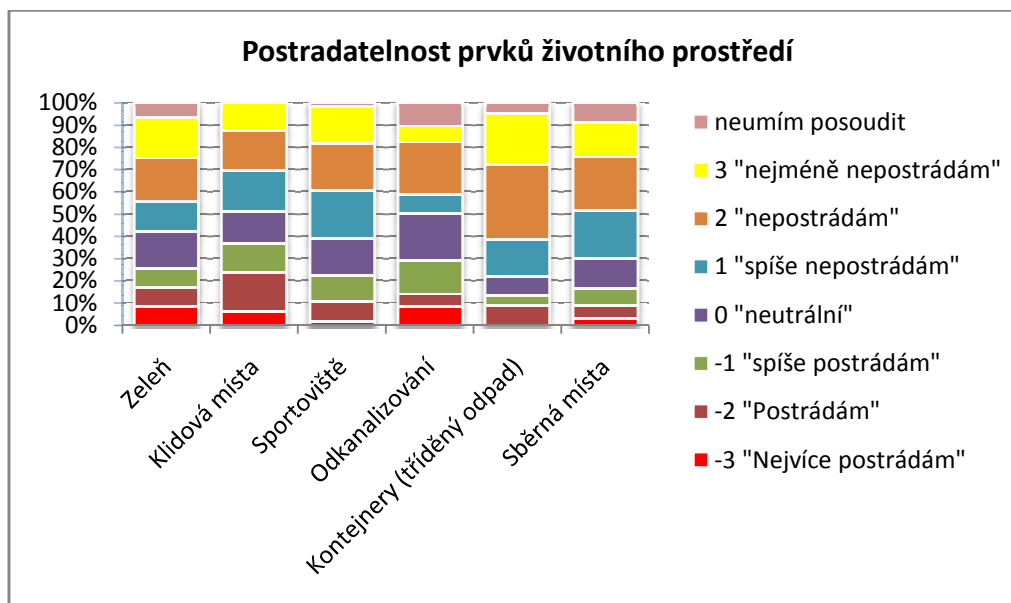
Otázka na spokojenost s životním prostředím obsahovala pět podotázek: spokojenost s čistotou obcí, ovzduší, péčí a množstvím zeleně a čistotou přehrady. Hodnocení spokojenosti bylo porovnáváno pomocí průměrných hodnot. Nejvyššího průměru dosáhla čistota ovzduší s hodnotou 1,50, respondenti se tedy cítili při tomto faktoru více než spíše spokojeni. Podobných výsledků dosáhly i faktory týkající se množství a péče o zeleň s průměry 1,49 resp. 1,45. Nejhoršího průměru dosáhla čistota přehrady, kdy téměř 40 % hodnotitelů vyjádřilo nespokojenost.

Tab. 5.3 – spokojenost s čistotou přehrady

Hodnota	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
-3	17	8,2	8,9	8,9
-2	33	15,9	17,2	26,0
-1	25	12,0	13,0	39,1
0	21	10,1	10,9	50,0
1	52	25,0	27,1	77,1
2	31	14,9	16,1	93,2
3	13	6,3	6,8	100,0

Zdroj: Vlastní

V rámci životního prostředí, bylo také zkoumáno, které prvky respondenti postrádají. Tyto prvky hodnotili na škále od -3 do +3 kdy hodnota -3 znamenala „nejvíce postrádám“ a hodnota +3 nejméně postrádám. V průměrném hodnocení dosáhla výše průměru do plusových hodnot, která značí spíše nepostrádání. Nejvyšší průměr (1,38) získal prvek „Množství a dostupnost kontejnerů na tříděný odpad“, nejnižšího průměru (0, 26) dosáhla místa k odpočinku. Tento prvek postrádá v rámci životního prostředí 36,5 % respondentů. Výsledky lze pozorovat na Obr 5.10.



Obr. 5.10 – Postradatelnost prvků životního prostředí

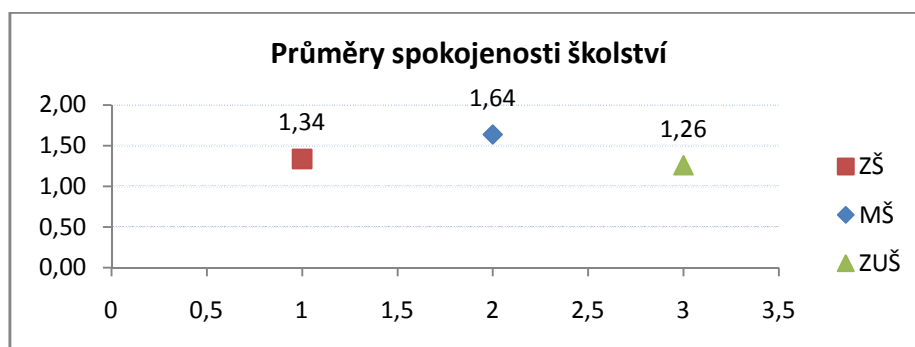
Zdroj: Vlastní

## Školství

S institucemi v oblasti školství byli respondenti spíše spokojeni, což vyplývá z porovnání průměrů na Obr. 5.11. Nespokojenost se základními školami vyjadřovaly především ženy, kterých 15,5 % uvedlo naprostou nespokojenost. Oproti tomu respondenti z Mostkovic vyjadřovali opačný názor, tudíž spokojenost.

Z analýzy vyplynul také rozdíl mezi spokojeností u mateřských škol mezi muži a ženami, ženy byly spokojenější s těmito institucemi. Spokojenost vyjádřilo necelých 89 %, kdežto u mužů takto odpovědělo 71,6%. Nespokojenost s mateřskými školami vyjádřili respondenti věkových skupin 46 – 55 let a také 65 a více let.

Naprostou spokojenost, kterou značí hodnota 3, s uměleckými školami, vyjádřilo 40 % všech žen. Téměř stejný procentuální podíl mužů vyjádřil spokojenost (hodnota 2). Nespokojenost uvedli studenti (6,8 %), zaměstnaní (18 %), a nezaměstnaní (25%).



Obr. 5.11 – Průměry spokojenosti školství

Zdroj: Vlastní

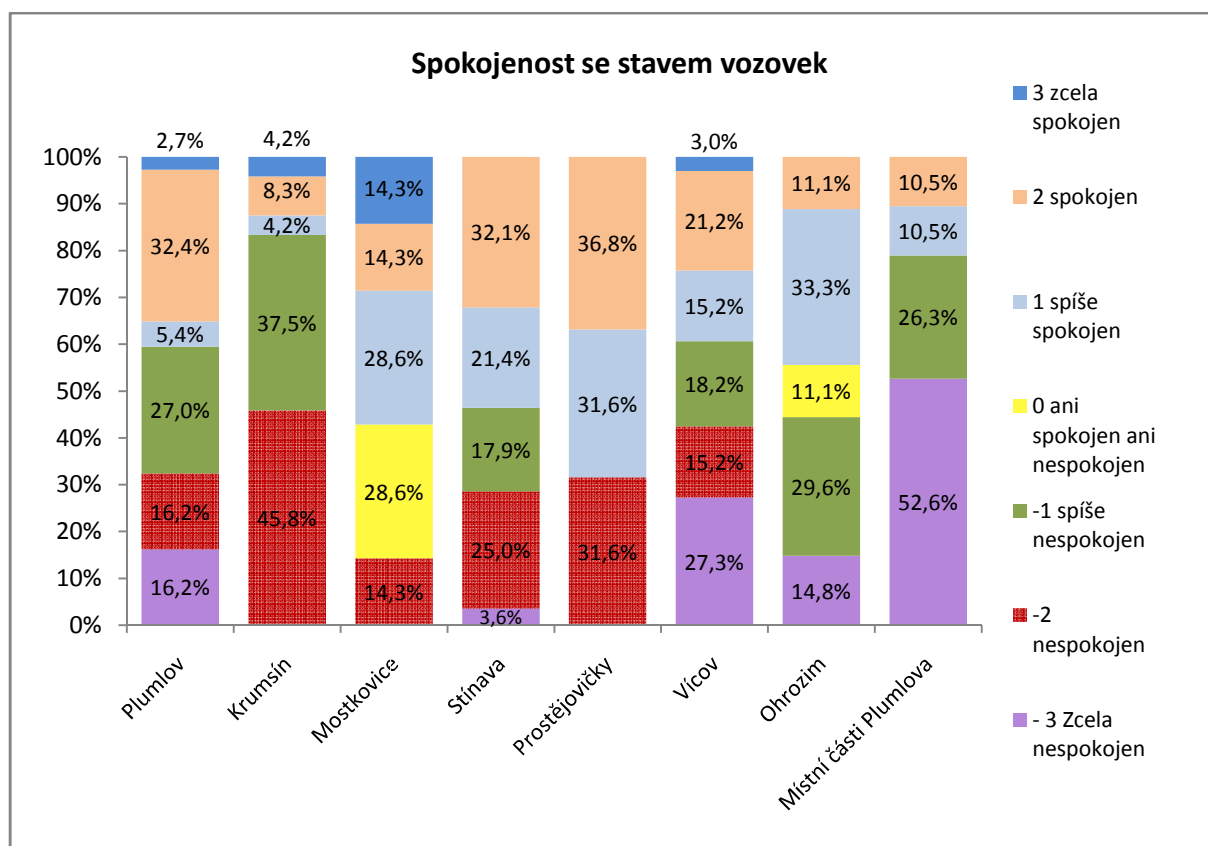
## Bezpečnost

Za spokojené s bezpečím v mikroregionu Plumlovsko lze považovat 67,7 % respondentů, čemuž odpovídá i výsledná výše průměru 1,26. Žádný z mužů neuvedl, že s bezpečností není absolutně nespokojen ani nespokojen. Oproti tomu ženy tyto odpovědi uvedly, ale daleko více než u mužů označilo odpověď „zcela spokojena“ a to konkrétně 25 % žen. Spokojenější respondenty lze nalézt v Mostkovicích a naprostou nespokojenost uvedli jen respondenti z Plumlova.

## Dopravní infrastruktura

V dopravní infrastruktuře respondenti vyjadřovali spokojenost s dostatkem parkovacích míst, stavem vozovek a chodníků, úrovní autobusové dopravy a cyklostezkami. V porovnání s předchozími zkoumanými faktory, lze tyto považovat za nejvíce problémové, jelikož se zde objevily časté názory nespokojenosti. Tento fakt zvýrazňují výsledné průměry, u dvou faktorů se nacházely v záporných hodnotách. Jednalo se o stav vozovek (- 0,31) a spokojenost s cyklostezkami, které obdržely nejhorší hodnocení ze všech testovaných faktorů, jejich průměr činil - 1,04. Zbylé faktory se pohybovaly v plusových hodnotách. Nicméně, žádný z těchto faktorů nedosáhl průměru vyššího 1 (spíše spokojen), nejbližše pomyslné spokojenosti byla autobusová doprava (0,87). Velký procentuální počet nespokojených se stavem vozovek se nacházel především v menších obcích, viz Obr. 5.12.



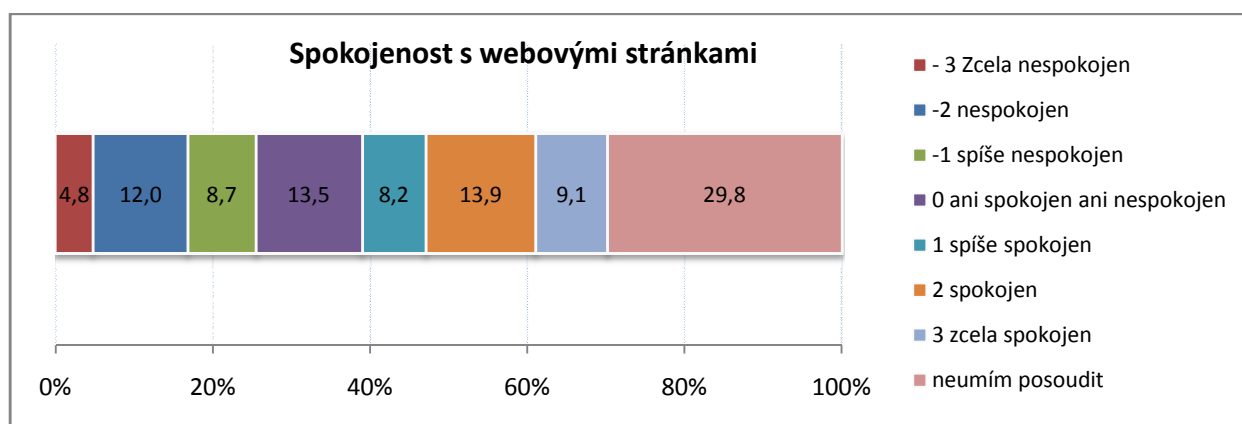


Obr. 5.12 – Spokojenost se stavem vozovek dle místa bydliště

Zdroj: Vlastní

### Problémové okruhy

Z analýzy vyplynulo, že respondenti nejčastěji vyhledávají informace na webu, tudíž by se dalo předpokládat i využívání stránek plumlovsko.cz. Z Obr. 5.13. je vidno, že téměř 30 % respondentů tyto stránky nedokázalo posoudit a navíc dalších více než 30 % vyjádřilo nespokojenost s těmito stránkami.

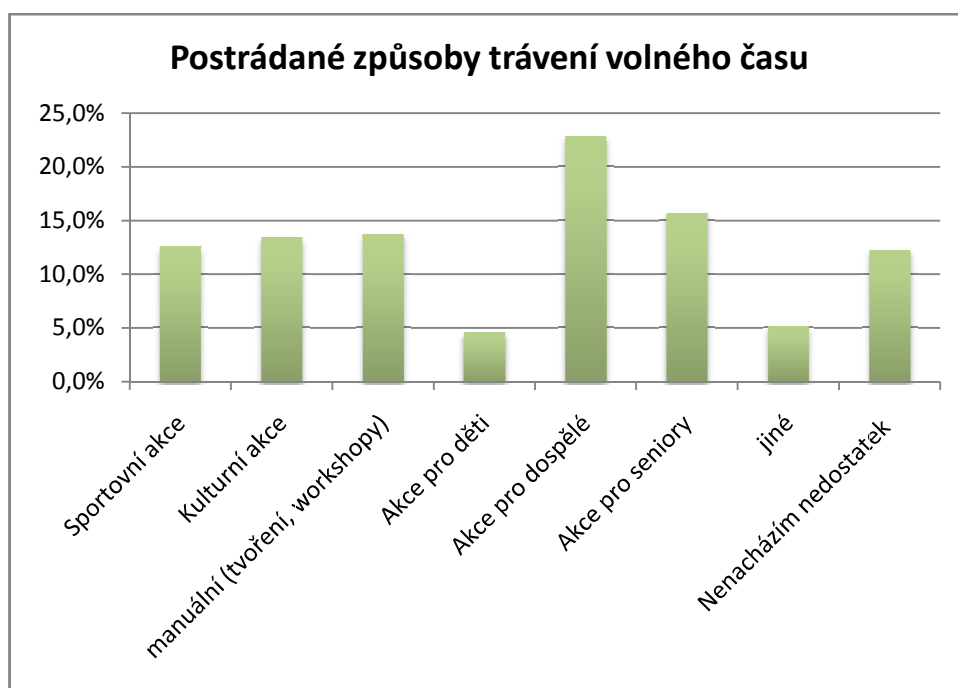


Obr. 5.13 Spokojenost s webovými stránkami

Zdroj: Vlastní

Za problémovou oblast v životním prostředí byly považovány čistota obcí a přehrady. Průměry spokojenosti s těmito faktory vyšly v kladných hodnotách, tudíž se nemusí počítat za kritické, avšak čistota přehrady dosáhla průměru 0,06, jenž jde označit za hraniční. Dalším problémovým okruhem byly nedostatečná místa pro trávení volného času u starších jedinců. Korelační analýzou byla zjištěna hodnota sig 0,000, která je menší než  $\alpha$  0,05 tudíž byla potvrzena závislost mezi těmito dvěma vztahy. Tato závislost vyšla -0,267, lze tedy hovořit o střední závislosti s negativním vztahem.

Problémovými oblastmi u trávení volného času byly: neznalost preferencí nedostatečné možnosti pro dospělé a nevyužívání turistického centra. Preference trávení volného času byly popsány a ilustrovány dříve, viz Obr. 5.4. Co se týče postrádání volnočasových aktivit pro dospělé, tak lze hovořit o kritické oblasti, tato forma chyběla 22,8 % respondentům, jednalo se o nejvíce postrádanou položku, viz Obr. 5. 14.



Obr. 5.14 – Postrádané prvky využití volného času

Zdroj: Vlastní

V dopravní infrastruktuře se předpokládá závislost mezi spokojeností se stavem vozovek a místem bydliště. Po použití Fisherova testu byla zjištěna hodnota signifikace 0,000. Jedná se o hodnotu menší než  $\alpha$  0,05, lze tedy s 95 % pravděpodobností tvrdit, že existuje střední závislost mezi těmito faktory.

## 6 Návrhy a doporučení

Z výzkumu vyplynulo, že velká část obyvatel mikroregionu Plumlovsko neví, které obce sdružení tvoří. Je tedy nutno, dostat tyto obce obyvatelům do povědomí. Jako možné způsoby, kterými lze dosáhnout povědomí o obcích patřících do mikroregionu, se doporučuje **uvádět členství** v mikroregionu **na webových stránkách** těchto obcí. Optimální formou se jeví uvádět tento fakt v záhlaví stránek vedle názvu konkrétní obce. Návrh úvodní stránky přináší Příloha 5. Stejný způsob informovanosti se navrhuje i na stránkách mikroregionu, kde se považuje za vhodné umístění znaků členských obcí na úvodní stranu. Za důležité se také pokládá snadno vyhledatelný a dobře viditelný odkaz na web Plumlovsko na stránkách členských obcí. Navrhuje se využít hypertextového odkazu formou znaku mikroregionu. Dále pak také uvést odkaz na tento web v záložce „důležité odkazy“. Některé z obcí již tento odkaz umístěný mají, ale například na stránkách Vícova jej návštěvníci webu naleznou obtížněji. Mezi další doporučení se předkládá **umístění loga mikroregionu na úřední desky** obcí. Pro zacílení na mladší a střední generaci obyvatel bylo navrženo **vytvoření oficiálních stránek** mikroregionu na různých **sociálních sítích**. Za nejvhodnější se považují **Facebook a Instagram**. Lze ale také využít Twitter. Ovšem předchozí dvě sociální sítě se v České republice více využívají. Dalším již nákladnějším způsobem informovanosti o členství v mikroregionu může být využití různých **poutačů a informačních tabulí** při vjezdu do obce nebo na strategických místech, jako jsou náměstí a frekventované lokality. Na informačních tabulích či značkách při vjezdu do obce se dá využít sloganu: **Vítá Vás obec \*\*\*\*\*, člen mikroregionu Plumlovsko.**

Diplomová práce byla zaměřena na spokojenost obyvatel mikroregionu Plumlovsko. Respondenty lze považovat za téměř spokojené, což se jeví jako dobrý výsledek, ale zároveň to představuje značné možnosti pro zlepšení.

Co se týká faktorů ovlivňujících spokojenost s životem, žádný z faktorů se výrazně neprojevil jako výrazně významný, či zásadně nedůležitý. Pro představitele mikroregionu tzn. zaměřovat se na neustálé zlepšování těchto faktorů.

S komunikací ze strany mikroregionu a obcí byli respondenti spíše spokojeni. Navrhuje se neustále zlepšovat formy komunikace se zaměřením zejména na čtyři nejvíce využívané. Jedná se o webové stránky, informace sdělované formou rozhlasů, úředních desek a média W-O-M.

V zaměření na webové stránky plumlovsko.cz respondenti nevyjádřili spokojenost s těmito stránkami. Hodnota průměru jen o pár desetin převýšila hodnotu 0. Doporučuje se tedy pro zvýšení spokojenosti tyto **webové stránky upravit a vylepšit**. Stránky lze považovat za poměrně složité a obyvatelům může trvat, než na těchto stránkách naleznou požadovanou informaci. Pro snadnější vyhledávání se doporučuje využít lišty záložek hned na úvodní stránce. Tyto lišty se na současných stránkách návštěvníkům zobrazí až po rozkliknutí tlačítka „více“. Velmi důležitou součástí webu musí být také **aktuální informace**. Webové stránky se považují za jeden z velmi důležitých faktorů u úspěšně fungující neziskové organizace. Pro mikroregion Plumlovsko bylo tedy navrženo věnovat obzvlášť velkou pozornost tomuto problému. Pro vylepšení stránek lze využít například umístění „**návrhů a připomínek**“, ze kterých by se dále čerpalo při úpravách. Může se také využít **uživatelského testování webu**.

Do doporučení týkajících se informovanosti prostřednictvím místních rozhlasů se řadí zejména **pravidelné informování** tímto médiem. Doporučuje se podávat informace formou rozhlasů alespoň **2x denně**, dále se navrhuje **kooperace** obcí v informování o pořádaných akcích. Doporučení povede nejen ke zlepšení informovanosti o pořádání těchto akcí, ale dá se předpokládat, že i ke zvýšení návštěvnosti.

Kamenné úřední desky bývají často přehlcené spoustou informací. Obyvatelé se tak následně v informacích mohou ztrácet. Doporučuje se formou těchto desek **poskytovat** pouze důležité **informace ve zkráceném a jednoduchém tvaru** a kompletní znění umožnit k nahlédnutí na webu či fyzicky na obecním úřadě.

Za zlepšení pro rozsáhlejší šíření informací formou W-O-M lze považovat všechny předešlé formy. Pro zlepšení informovanosti se také doporučuje **častější vydávání bulletinů**, které se vydávaly pouze jedenkrát za čtyři roky, vždy na konci volebního období. Navrhuje se tiskopisy vydávat 2x nebo alespoň 1x ročně. Nemusí se jednat o rozsáhlé články, ale spíše jen o krátké zhodnocení o uplynulém dění v obcích mikroregionu. Není nutné vydávat tiskovou formou, ale **umísťovat tyto listy na webu** a případným zájemcům umožnit vytištění na obecních tiskárnách. Tato forma zamezí zbytečným nákladům na tisk pro všechny občany. Doporučuje se také při vydávání bulletinů informovat občany nejen formou webu, ale také informovat občany formou rozhlasů a upozornit na možnosti vytištění. Toto je zacíleno především na občany, kteří nedisponují možností internetového připojení a majících zájem o přečtení o uplynulém dění.

Respondenti v rámci trávení volného času postrádali na území mikroregionu zejména akce pro dospělé a akce pro seniory. Do akcí pro dospělé se doporučuje zařadit sportovní, kulturní a manuální činnosti, které vyřeší i problém s postrádáním těchto akcí od dalších respondentů. Pro seniory se navrhuje zejména zajištění klidových míst pro trávení volného času s přáteli, tzn. **vytvoření různých posezení a odpočinkových míst** v příjemných lokalitách obcí, kde by si tito občané mohli v poklidu odpočinout a konverzovat.

Jako novou možnost sportovních akcí pořádaných v mikroregionu se navrhuje využít boomu dvou sportovních aktivit a to cyklistiky a joggingu. Doporučuje se **pořádání nejen cyklistických závodů, ale také cyklo výletů** po okolí např. na hrad Bouzov, do penzionu Lada v Repechách, do zámeckého parku v Čechách pod Kosířem atd. Pro běžce uspořádat taktéž závody. Může se jednat například o **Půlmaraton kolem Plumlovské přehrady, Běh na Ježův hrad**, nebo využít zábavnou formu závodu jako jsou například **běhy proti barvám**.

I když respondenti byli s akcemi pro děti spokojeni, není vhodné tyto akce opomíjet, ale neustále rozšiřovat. V mnoha obcích fungují žákovské přípravy fotbalistů a žákovské týmy hasičů. Doporučuje se tedy **pořádání turnajů a soutěží pro tyto malé sportovce**. Navrhuje se konání fotbalových turnajů žáků **O přeborníka mikroregionu Plumlovsko** a pro hasiče soutěž **O pohár mikroregionu Plumlovsko**.

V rámci kulturního vyžití se navrhuje využít potenciálu města Plumlov, které vlastní několik autobusů a **pořádat zájezdy za kulturou**.

Respondentům také chybělo manuální tvoření, v tomto případě se navrhuje využít lidových tradic a umožnit respondentům **společné tvoření** například barvení velikonočních vajíček, výrobu vánočních ozdob atd.

Pro mikroregionem pořádanou akci Hry bez hranic se doporučuje **zaměření zejména na doprovodné akce**. Navrhuje se například umožnění divákům si vyzkoušet soutěžní disciplíny. Většina respondentů, která se zúčastnila této akce, byla poměrně spokojena, nicméně návštěvnost těchto akcí byla v minulosti spíše podprůměrná a respondenti často uváděli, že o této akci nevěděli a tudíž se jí nemohli zúčastnit. Ke zlepšení informovanosti se doporučuje založení již zmíněných sociálních sítí. Na těchto sítích lze snadno **sdílet různé fotky a videa z akcí** a respondenti si tak mohou udělat představu, jak akce probíhá.

Práce byla také zaměřena na turistické informační centrum. O tomto centru mělo určité povědomí přes 50 % všech respondentů, avšak jen polovina toto centrum navštívila. Když už

ovšem toto centrum bylo navštíveno, tak respondenti návštěvu opakovali. Doporučuje se tedy pro toto informační centrum **zřídit samostatné webové stránky**, na kterých respondenti naleznou důvod navštívení tohoto centra. Navrhuje se také **vytvořit instagramový účet**, na který by se **vkládaly fotky z turistických míst** v mikreregionu, fotky z různých akcí a zajímavých míst vhodných k navštívení. Malé procento respondentů se o TIC dozvědělo díky poutači u obchodu v Plumlově. Navrhuje se tedy tento poutač udělat zajímavějším pro upoutání pozornosti, např. využít guerilla marketingu.

Pro zvýšení spokojenosti s životním prostředím, se doporučuje **zaměření** zejména na **čistotu přehrady**, se kterou nebyli respondenti úplně spokojeni. V tomto případě se za nutné považuje **odkanalizování obcí**, jejichž odpadní vody, mohou ústít právě do přehrady. Respondenti také postrádali klidová místa k odpočinku. Doporučuje se tato místa umístit v okolí lesů, v parcích a k vodním plochám, jako jsou jezírka, zatopený lom a rybníky. Doporučuje se také využít **kooperaci pracovních sil**, při provádění veřejně prospěšných prací. Tímto se zamýšlí dočasné vypůjčení či výměna obecního pracovníka na provedení určitého úkonu, například úklidu obce po větší akci, nebo v případě dovolené či pracovní neschopnosti jiného zaměstnance.

Za hlavní cíl pro zlepšení spokojenosti s infrastrukturou v mikreregionu se navrhuje zejména **výstavba cyklostezek**. Některé jsou již v plánu, proto se doporučuje brzká realizace tohoto projektu. Dále se také doporučuje dbát na **zlepšení kvality a stavu vozovek** zejména v místních částech Plumlova.

## 7 Závěr

Cílem diplomové práce bylo měření spokojenosti obyvatel Mikroregionu Plumlovsko. Poté předložit návrhy a doporučení pro zvýšení počtu spokojených obyvatel. Práce byla zaměřena především na zdroje informací o mikroregionu, komunikaci mikroregionu se svými občany, trávení volného času, životní prostředí a dopravní obslužnost. Záměrem bylo i odhalit informace, jaké služby obyvatelé považují za nedostačující. Práce se také zaměřila na akci Hry bez hranic, kterou mikroregion pořádá a turistické informační centrum, jehož je zřizovatelem.

Měření spokojenosti vycházelo z teoretických východisek popsaných ve třetí kapitole. Těmto východiskům předcházela charakteristika Mikroregionu Plumlovsko. Čtvrtá kapitola s metodikou výzkumu byla přechodem mezi teoretickou a praktickou částí a členila se na přípravnou a realizační fázi. V praktické části zahrnující získání a analýzu dat byly na základě těchto dat sepsány výsledné návrhy a doporučení pro zvýšení spokojenosti obyvatel.

Pro měření spokojenosti byl využit marketingový výzkum, konkrétně metoda dotazníkového šetření formou online a osobního dotazování. Tohoto šetření se zúčastnilo 208 respondentů ze všech členských obcí mikroregionu. K výběru respondentů se aplikoval úsudkový výběr technikou vhodného úsudku, řetězový výběr, samovýběr.

Data byla analyzována pomocí programu SPSS. Po této analýze, která přinesla výsledky spokojenosti obyvatel, jejich preference a pocity nedostatků, byla navržena různá doporučení.

Výsledky spokojenosti nebyly pro region nikterak kritické a lze hovořit o spokojenosti občanů. Nicméně u některých faktorů respondenti vyjadřovali nespokojenost. Na tyto problémové části byly zaměřeny návrhy a doporučení. Mezi hlavní návrhy patřila zejména úprava webových stránek obce a realizace činností vedoucích ke zvýšení povědomí o členských obcích. Dále se navrhovalo vytvoření klidových míst pro relaxaci a pořádání sportovních závodů a setkání.

## Seznam použité literatury

### Odborná periodika

- [1] BÁRTOVÁ, Hilda, Jan KOUDELKA a Vladimír BÁRTA. *Spotřebitel: (chování spotřebitele a jeho výzkum)*. Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1275-4.
- [2] BOUKAL, Petr. *Fundraising pro neziskové organizace*. Praha: Grada Publishing, 2013. ISBN 978-80-247-4487-2.
- [3] FORET, Miroslav a Jana STÁVKOVÁ. *Marketingový výzkum: jak poznávat své zákazníky*. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0385-8.
- [4] JANEČKOVÁ, Lidmila a Miroslava VAŠTÍKOVÁ. *Marketing měst a obcí*. Praha: Grada Publishing, 1999. ISBN 80-7169-750-8.
- [5] KINCL, Lubomír a Martin KINCL. Chráněná území Prostějovska. V Prostějově: Český svaz ochránců přírody, Regionální sdružení Iris, 2012, 11 s. ISBN 978-80-904928-1-3.
- [6] KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3527-6.
- [7] MALHOTRA, Naresh K. *Marketing research: an applied orientation*. 6th ed., global ed. Boston: Pearson, c2010. ISBN 978-0-13-609423-4.
- [8] MULAČOVÁ, Věra a Petr MULAČ. *Obchodní podnikání ve 21. století*. Praha: Grada Publishing, 2013. ISBN 978-80-247-4780-4.
- [9] PELSMACKER, Patrick de, Maggie GEUENS a Joeri van den BERGH. *Marketingová komunikace*. Přeložil Vlasta ŠAFAŘÍKOVÁ. Praha: Grada Publishing, c2003. ISBN 80-247-0254-1
- [10] SPÁČIL, Aleš. *Péče o zákazníky: co od nás zákazník očekává a jak dosáhnout jeho spokojenosti*. Praha: Grada Publishing, c2003. ISBN 80-247-0514-1.
- [11] ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Úspěšná nezisková organizace*. 2., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-4041-6.



- [12] Filozofie úspěchu. *Filozofie úspěchu* [online]. [cit. 2016-01-20]. Dostupné z: <http://www.filozofie-uspechu.cz/maslowova-pyramida-lidskych-potreb/>
- [13] Mapový server. *Mapový server* [online]. [cit. 2015-12-28]. Dostupné z: [http://mapy.crr.cz/tms/crr\\_a/mikro/index.php?interface=tmv&Theme=mikroregiony&Values=835&lg=#c=3644050%252C5483372&z=5&l=ajax\\_mikro,ajax\\_mikro\\_plochy&p=&](http://mapy.crr.cz/tms/crr_a/mikro/index.php?interface=tmv&Theme=mikroregiony&Values=835&lg=#c=3644050%252C5483372&z=5&l=ajax_mikro,ajax_mikro_plochy&p=&)
- [14] Český statistický úřad. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2015-12-28]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/pocet-obyvatel-v-obcich-k-112015>
- [15] Český statistický úřad. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2015-12-28]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/xl/111223\\_obyvatelstvo](https://www.czso.cz/csu/xl/111223_obyvatelstvo)
- [16] Integrovaný portál MPSV. *Zaměstnanost* [online]. [cit. 2016-01-15]. Dostupné z: <http://1url.cz/atQu0>
- [17] Remix. *Chráněné lokality na Prostějovsku* [online]. [cit. 2016-01-17]. Dostupné z: <http://remix.nicm.cz/vapenice-cubernice-braniska-seznamte-se-s-chranenymi-lokalitami-na-prostejovsku/>
- [18] Povodí Moravy. *VD Plumlov* [online]. [cit. 2016-01-17]. Dostupné z: <http://www.pmo.cz/cz/uzitecne/vodni-dila/plumlov/>
- [19] Zámek Plumlov. *Akce* [online]. [cit. 2016-01-17]. Dostupné z: <http://www.plumlov-zamek.cz/index.php/poradane-akce-cz/poradane-akce>
- [20] Zákony.centrum.cz. *Zákon o obcích* [online]. [cit. 2016-01-17]. Dostupné z: <http://zakony.centrum.cz/zakon-o-obcich/cast-1-hlava-2-dil-3-paragraf-49>
- [21] Management mania. *Metody průzkumu spokojenosti* [online]. [cit. 2016-02-11]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/vyzkum-spokojenosti>
- [22] Národní politika kvality. *Měření a zlepšování spokojenosti zákazníků* [online]. [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: <http://www.npj.cz/soubory/publikace/123269107219122.pdf>
- [23] Epsi. *Teorie* [online]. [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: <http://www.epsi-czechrepublic.org/cs/model/teorie>

- [24] PÚP. *Obce* [online]. [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: <http://portal.uur.cz/spravni-ustporadani-cr-organy-uzemniho-planovani/obce.asp>
- [25] Obec Vícov. *O obci* [online]. [cit. 2016-02-12]. Dostupné z: <http://vicov.cz/o-obci/ds-2895/p1=3163>
- [26] Obec Krumsín. *O obci* [online]. [cit. 2016-02-12]. Dostupné z: <http://krumsin.cz/>
- [27] Obec Mostkovice. *O obci* [online]. [cit. 2016-02-12]. Dostupné z: <http://www.mostkovice.cz/o-obci/ds-50/p1=52>
- [28] Obec Stínava. *Základní informace* [online]. [cit. 2016-02-12]. Dostupné z: <http://www.stinava.cz/index.php?nid=8164&lid=cs&oid=1512980>
- [29] Obec Prostějovičky. *Organizace a kluby* [online]. [cit. 2016-02-12]. Dostupné z: <http://prostejovicky.cz/organizace-a-kluby/>
- [30] Obec Ohrozim. *O obci* [online]. [cit. 2016-02-12]. Dostupné z: <http://ohrozim.cz/o-obci/d-1185/p1=51>
- [31] Obec Plumlov. *Kultura a sport* [online]. [cit. 2016-02-12]. Dostupné z: <http://mestoplumlov.cz/spolky-a-zajmove-organizace/os-988/p1=4657>
- [32] Mikroregion Plumlovsko. *Struktura Mikroregionu Plumlovsko* [online]. [cit. 2016-03-07]. Dostupné z: <http://plumlovsko.cz/dokumenty/ms-3840/p1=3840>
- [33] Mikroregion Plumlovsko. *Struktura Mikroregionu Plumlovsko* [online]. [cit. 2016-03-07]. Dostupné z: <http://plumlovsko.cz/osp/p1=3864>
- [34] Mikroregion Plumlovsko. *TIC* [online]. [cit. 2016-03-07]. Dostupné z: <http://plumlovsko.cz/tic-plumlovsko/os-2494/p1=999>
- [35] Plumlov Camping Žralok. *Akce* [online]. [cit. 2016-03-07]. Dostupné z: <http://www.camp-zralok.cz/akce>
- [36] Léto u Vrbiček. *Plánované akce* [online]. [cit. 2016-03-09]. Dostupné z: <http://www.letouvrbicek.cz/planovane-akce-2013/>

## Seznam zkratek

Atd. - a tak dále

Např. - například

ZŠ - základní škola

MŠ - mateřská škola

ZUŠ - základní umělecká škola

I. Sv. v. - první světová válka

Č.p. - číslo popisné

Sv. - svatý

k.ú. - katastrální území

aj.- a jiné

PR - přírodní rezervace

PP - přírodní památka

Ha - hektar

Apod. - podobně

Sb. - sbírky

EU - evropská unie

CAWI -Computer Assisted Web Interviewing

CAPI - Computer Assisted Personal Interviewing

W-O-M - Word of Mouth

## Prohlášení o využití výsledků diplomové práce

Prohlašuji, že

- jsem byl(a) seznámen(a) s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové (bakalářské) práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 22. dubna 2016

.....*Jakub Rozsival*.....

Jakub Rozsival

## **Seznam příloh**

Příloha 1 – Počet a průměrný věk obyvatel mikroregionu

Příloha 2 – Dotazník

Příloha 3 – Třídění 1. a 2. Stupně

Příloha 4 – Srovnání manuálního a aktivního využití volného času dle věku

Příloha 5 – Návrh úvodní stránky webu

# Příloha 1 – Počet a průměrný věk obyvatel mikroregionu

**Tab. P1 - Počet obyvatel v mikroregionu**

Název obce	celkem				muži				ženy			
	2012	2013	2014	2015	2012	2013	2014	2015	2012	2013	2014	2015
Krumsín	588	593	588	161	290	292	290	73	298	301	298	88
Mostkovice	1533	1541	1533	272	767	768	767	146	766	773	766	126
Ohrozim	490	485	490	482	244	243	244	239	246	242	246	243
Plumlov	2379	2407	2379	510	1181	1188	1181	253	1198	1219	1198	257
Prostějovičky	270	278	270	588	145	150	145	291	125	128	125	297
Stínava	156	156	156	1554	67	70	67	781	89	86	89	773
Vícov	494	481	494	2365	241	233	241	1173	253	248	253	1192
<b>Celkem</b>	<b>5910</b>	<b>5941</b>	<b>5910</b>	<b>5932</b>	<b>2935</b>	<b>2944</b>	<b>2935</b>	<b>2956</b>	<b>2975</b>	<b>2997</b>	<b>2975</b>	<b>2976</b>

**Tab. P2 - Průměrný věk obyvatel v mikroregionu**

Název obce	celkem				muži				ženy			
	2012	2013	2014	2015	2012	2013	2014	2015	2012	2013	2014	2015
Krumsín	41,2	40,9	41,2	44,4	40,3	40,1	40,3	41,2	42,0	41,6	42,0	47,0
Mostkovice	43,1	42,5	43,1	40,8	41,3	40,6	41,3	37,3	44,8	44,4	44,8	44,9
Ohrozim	40,6	40,4	40,6	40,9	40,1	39,9	40,1	40,3	41,0	41,0	41,0	41,5
Plumlov	42,6	42,2	42,6	40,6	40,4	40,0	40,4	40,1	44,8	44,2	44,8	41,2
Prostějovičky	40,3	40,0	40,3	41,8	37,1	36,9	37,1	40,7	44,0	43,6	44,0	42,9
Stínava	44,5	43,9	44,5	43,1	41,8	40,8	41,8	41,3	46,5	46,4	46,5	44,9
Vícov	40,8	41,0	40,8	43,2	40,8	40,6	40,8	41,0	40,9	41,3	40,9	45,4

## Příloha 2 – dotazník

Dobrý den,

jsem student 2. ročníku navazujícího studia na Ekonomické fakultě-VŠB - TU Ostrava a rád bych Vás poprosil o vyplnění následujícího dotazníku, týkajícího se spokojenosti obyvatel mikroregionu Plumlovsko. Tento dotazník bude součástí mé diplomové práce, jejímž cílem je měření spokojenosti obyvatel mikroregionu. Dotazník je anonymní a jeho výsledky budou použity pouze pro zpracování diplomové práce.

Děkuji Vám za čas strávený vyplněním tohoto dotazníku.

Bc. Jakub Rozsival

### **1. Víte, které obce patří do mikroregionu Plumlovsko?**

Vypište prosím názvy obcí, které si myslíte, že patří do mikroregionu Plumlovsko

### **2. Jak jste celkově spokojen/a se životem v mikroregionu?**

Ohodnoťte na škále od -3 do +3, kdy -3 zcela nespokojen a +3 zcela spokojen.

☐ -3 ☐ -2 ☐ -1 ☐ 0 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3

**3. Jaké faktory jsou důležité pro Vaši spokojenost s životem v mikroregionu? (Seřad'te od nejdůležitějšího po nejméně důležité.)**

1 - nejdůležitější, 11 nejméně důležité

**Zvolte prosím u každé odpovědi nějaké (jedinečné) pořadí:**

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.
- Dostupnost pracovních možností:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.
- Sportovní vyžití:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.
- Společenské akce:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.
- Bezpečnost:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.
- Životní prostředí:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.
- Nákupní možnosti:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.
- Náklady na živobytí:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.
- Dopravní infrastruktura:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.
- Zdravotní a sociální služby:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.
- Školství:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.
- Kulturní akce:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**4. Z jakých zdrojů nejčastěji získáváte informace o své obci, popř. mikroregionu?**

Zvolte alespoň jednu možnost, maximálně 3 možnosti.

- ☐ - Internetové stránky ☐ - Úřední desky ☐ - Informační centrum
- ☐ - Přátelé a známí ☐ - Zpravodaje ☐ - Informační tabule a plakáty
- ☐ - Obecní rozhlas ☐ - Místní zpravodaje (bulletiny)
- ☐ - Kontaktní pracovníci obce ☐ - Jiné (uved'te)



## 5. Jak jste spokojen/a s komunikací obce a mikroregionu se svými občany?

Ohodnoťte na škále od -3 do +3; 10. Kdy -3 zcela nespokojen a +3 zcela spokojen; 10 neumím posoudit.

☐ -3 ☐ -2 ☐ -1 ☐ 0 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 10

## 6. Ohodnoťte, jak jste spokojen/a s informovaností o mikroregionu prostřednictvím následujících zdrojů?

Ohodnoťte na škále od -3 do +3; 10. Kdy -3 zcela nespokojen a +3 zcela spokojen; 10 neumím posoudit.

**U každé podotázky prosím zvolte odpověď na dané škále:**

	-3	-2	-1	0	1	2	3	10
Webové stránky (plumlovsko.cz)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Úřední desky	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informační centrum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 7. Jaký způsob trávení volného času preferujete?

Ohodnoťte na škále od -3 do +3. Kdy -3 zcela nepreferuji +3 zcela preferuji.)

**U každé podotázky prosím zvolte odpověď na dané škále:**

	-3	-2	-1	0	1	2	3
- Kulturně (návštěvy kulturních akcí, kin divadel...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Aktivní sportovní aktivity	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Pasivní sportovní aktivity (počítačové hry, sportovní přenosy a pořady v TV)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Extrovertní (s přáteli, návštěvy kaváren, restaurací, diskoték, barů...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Manuální (kutilství, chov zvířat)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Introvertně konzumní (poslech hudby, sledování televize)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 8. Ohodnoťte, jak jste spokojen/a se sportovním, kulturním a společenským vyžitím v mikroregionu.

Ohodnoťte na škále od -3 do +3; 10. Kdy -3 zcela nespokojen a +3 zcela spokojen; 10 neumím posoudit.

U každé podotázky prosím zvolte odpověď na dané škále:

	-3	-2	-1	0	1	2	3	10
- Sportovní areály	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Posilovny	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Sportovní spolky	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Koncerty	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Výstavy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Tematické prohlídky zámku v Plumlově	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Kulturní akce (Hubertské slavnosti, mikulášské a adventní slavnosti)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Knihovny	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Akce pro děti (dětské dny, pohádkové lesy ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jiné sportovní možnosti (zumba, cvičení s hudbou...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 9. Jaké způsoby trávení volného času Vám v mikroregionu chybí nebo těchto akcí není dostatečný počet?

Zvolte alespoň jednu možnost, maximálně 3 možnosti.

- ☐ - Sportovní akce
 ☐ - Kulturní akce
 ☐ - Manuální (tvoření a workshopy)
- ☐ - Akce pro děti
 ☐ - Akce pro dospělé
 ☐ - Akce pro seniory
 ☐ - Jiné (uved'te)
- ☐ - Nenacházím nedostatek v této oblasti

**10. Zúčastnil/a jste se někdy jako divák nebo účinkující akce Hry bez hranic?**

☐ ANO    ☐ NE (přeskočte na otázku 13)

**11. Ohodnoťte, jak jste spokojen/a s následujícími faktory při akci Hry bez hranic**

Ohodnoťte na škále od -3 do +3; 10. Kdy -3 zcela nespokojen a +3 zcela spokojen; 10 neumím posoudit.

**U každé podotázky prosím zvolte odpověď na dané škále:**

	-3	-2	-1	0	1	2	3	10
Soutěžní disciplíny	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	-3	-2	-1	0	1	2	3	10
Doprovodné akce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	-3	-2	-1	0	1	2	3	10
Občerstvení	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	-3	-2	-1	0	1	2	3	10
Dopravní dostupnost	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	-3	-2	-1	0	1	2	3	10
Celková zábava	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

povinná otázka

**12. Kolikrát jste navštívil/a akci Hry bez hranic? (poté přeskočte na otázku 14)**

☐ 1x    ☐ 2-3x    ☐ 4-6x    ☐ Jsem pravidelný účastník

**13. Proč jste se nezúčastnil/a Her bez hranic?**

☐ - Preferuji jiné trávení volného času    ☐ - Nevěděl/a jsem o této akci

☐ - Považuji to za ztrátu času    ☐ - Dopravní dostupnost na tuto akci    ☐ - Jiné  
(uved'te)

**14. Jak jste spokojen/a v oblasti turistiky a cestovního ruchu v mikroregionu?**

Ohodnoťte na škále od -3 do +3; 10. Kdy -3 zcela nespokojen a +3 zcela spokojen; 10 neumím posoudit.

☐ -3 ☐ -2 ☐ -1 ☐ 0 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 10

**15. Navštívil/a jste někdy zámek v Plumlově?**

☐ ANO ☐ NE

**16. Víte o tom, že je na zámku v Plumlově zřízeno turistické informační centrum?**

☐ ANO ☐ NE (přeskočte na otázku 19)

**17. Jakým způsobem jste se o turistickém informačním centru dozvěděl/a?**

☐ - Z internetu ☐ - Od známých ☐ - Při návštěvě zámku

☐ - Díky poutači u obchodu v Plumlově ☐ - Jiné (uved'te)

**18. Navštívil/a jste někdy toto turistické informační centrum?**

☐ Ano, jedenkrát ☐ Ano, již vícekrát ☐ Ne

**19. Do jaké míry jste spokojen/a s úrovní životního prostředí v mikroregionu?**

Ohodnoťte na škále od -3 do +3; 10. Kdy -3 zcela nespokojen a +3 zcela spokojen; 10 neumím posoudit. U každé podotázky prosím zvolte odpověď na dané škále:

	-3	-2	-1	0	1	2	3	10
- Čistota obcí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	-3	-2	-1	0	1	2	3	10
- Čistota ovzduší	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	-3	-2	-1	0	1	2	3	10
- Množství zeleně v obcích	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	-3	-2	-1	0	1	2	3	10
- Péče o zeleň a vzhled obce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

-3   -2   -1   0   1   2   3   10

- Čistota přehrady

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

## 20. Které prvky postrádáte v rámci životního prostředí?

Ohodnoťte na škále od -3 do +3; 10. Kdy -3 nejvíce postrádám a +3 nejméně postrádám; 10 neumím posoudit.

**U každé podotázky prosím zvolte odpověď na dané škále:**

-3   -2   -1   0   1   2   3   10

- Zeleň

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

-3   -2   -1   0   1   2   3   10

- Klidová místa a místa k odpočinku

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

-3   -2   -1   0   1   2   3   10

- Místa pro volnočasové aktivity (sportoviště)

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

-3   -2   -1   0   1   2   3   10

- Odkanalizování obcí

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

-3   -2   -1   0   1   2   3   10

- Množství a dostupnost kontejnerů na tříděný odpad

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

- Množství a otevírací doba sběrných míst pro nadměrný odpad, bioodpad, nebezpečný odpad...

-3   -2   -1   0   1   2   3   10

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

## 21. Jak jste spokojen/a s institucemi týkající se školství v mikroregionu?

Ohodnoťte na škále od -3 do +3; 10. Kdy -3 zcela nespokojen a +3 zcela spokojen; 10 neumím posoudit.

**U každé podotázky prosím zvolte odpověď na dané škále:**

Základní školy

-3   -2   -1   0   1   2   3   10

	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	-3	-2	-1	0	1	2	3	10
Mateřské školy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	-3	-2	-1	0	1	2	3	10
Umělecké školy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 22. Jak jste spokojen/a s bezpečností v mikroregionu?

Ohodnoťte na škále od -3 do +3; 10. Kdy -3 zcela nespokojen a +3 zcela spokojen; 10 neumím posoudit.

<input type="checkbox"/>	-3	<input type="checkbox"/>	-2	<input type="checkbox"/>	-1	<input type="checkbox"/>	0	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	10
--------------------------	----	--------------------------	----	--------------------------	----	--------------------------	---	--------------------------	---	--------------------------	---	--------------------------	---	--------------------------	----

## 23. Jak jste spokojen/a s dopravní infrastrukturou v mikroregionu?

Ohodnoťte na škále od -3 do +3; 10. Kdy -3 zcela nespokojen a +3 zcela spokojen 10 neumím posoudit.

**U každé podotázky prosím zvolte odpověď na dané škále:**

	-3	-2	-1	0	1	2	3	10
Dostatek parkovacích míst	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	-3	-2	-1	0	1	2	3	10
Stav vozovek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	-3	-2	-1	0	1	2	3	10
Stav chodníků	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	-3	-2	-1	0	1	2	3	10
Cyklostezky	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	-3	-2	-1	0	1	2	3	10
Úroveň autobusové dopravy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



24. Jak dlouho žijete na území mikroregionu?

☐ méně než 1 rok ☐ 1-5 let ☐ 6-10 let ☐ 11-15 let ☐ více než 15

25. Ve které obci žijete?

☐ Plumlov ☐ Krumsín ☐ Mostkovice ☐ Stínava ☐ Prostějovičky ☐ Vícov ☐

☐ Ohrozim ☐ Místní části Plumlova (Soběsuky, Žárovice, Hamry)

26. Do jaké věkové kategorie se řadíte?

☐ Méně než 15 let ☐ 15 - 25 let ☐ 26 - 35 let ☐ 36 - 45 let ☐ 46 - 55 let ☐ 56 - 65 let

☐ Nad 65 let

27. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

☐ ZŠ ☐ vyuční list ☐ SŠ s maturitou ☐ VOŠ ☐ VŠ

28. Do jaké kategorie se řadíte?

☐ Student ☐ Zaměstnaný ☐ Nezaměstnaný ☐ Senior ☐ Podnikatel

☐ Na mateřské dovolené

29. Jaké je Vaše pohlaví?

☐ Muž ☐ Žena

## Příloha 3 – Třídění 1. a 2. stupně

### Třídění 1. stupně

Jak jste celkově spokojen/a se životem v mikroregionu?				
		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	-2" nespokojen"	9	4,3	4,3
	-1 "spíše nespokojen"	6	2,9	7,2
	0 "ani spokojen ani nespokojen"	31	14,9	22,1
	1 "spíše spokojen"	37	17,8	39,9
	2 "spokojen"	73	35,1	75,0
	3"zcela spokojen"	52	25,0	100,0
	Total	208	100,0	

### Důležitost faktorů s životem v mikroregionu

	Mean
Zdravotní a sociální služby	4,70
Životní prostředí	4,76
Sportovní vyžití	5,54
Školství	5,57
Bezpečnost	5,62
Dopravní infrastruktura	5,88
Náklady na živobytí	6,08
Kulturní akce	6,62
Společenské akce	6,98
Nákupní možnosti	7,00
Dostupnost pracovních možností	7,27



### Zdroje informací o obci/mikroregionu

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
informace	Internetové stránky	107	20,4%	51,4%
	Obecní rozhlas	100	19,0%	48,1%
	Přátelé a známí	82	15,6%	39,4%
	Úřední desky	76	14,5%	36,5%
	Kontaktní pracovníci obce	43	8,2%	20,7%
	Informační tabule a plakáty	39	7,4%	18,8%
	Zpravodaje	32	6,1%	15,4%
	bulletiny	31	5,9%	14,9%
	Informační centrum	9	1,7%	4,3%
	Ostatní	6	1,1%	2,9%
Total		525	100,0%	252,4%

### Spokojenost s komunikací

N	Valid	196
	Missing	12
Mean		0,92

### Jak jste spokojen/a s komunikací obce a mikroregionu se svými občany?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	- 3 Zcela nespokojen	3	1,4	1,5	1,5
	-2 nespokojen	9	4,3	4,6	6,1
	-1 spíše nespokojen	35	16,8	17,9	24,0
	0 ani spokojen ani nespokojen	21	10,1	10,7	34,7
	1 spíše spokojen	47	22,6	24,0	58,7
	2 spokojen	47	22,6	24,0	82,7
	3 zcela spokojen	34	16,3	17,3	100,0
	Total	196	94,2	100,0	
Missing	neumím posoudit	12	5,8		
Total		208	100,0		

Spokojenost s informovaností prostřednictvím zdrojů

		Webové stránky (plumlovsko.cz)	Úřední desky	Informační centrum
N	Valid	146	187	141
	Missing	62	21	67
Mean		0,23	0,86	0,38

Ohodnoťte, jak jste spokojen/a s informovaností o mikroregionu prostřednictvím následujících zdrojů? - Webové stránky (plumlovsko.cz)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	- 3 Zcela nespokojen	10	4,8	6,8	6,8
	-2 nespokojen	25	12,0	17,1	24,0
	-1 spíše nespokojen	18	8,7	12,3	36,3
	0 ani spokojen ani nespokojen	28	13,5	19,2	55,5
	1 spíše spokojen	17	8,2	11,6	67,1
	2 spokojen	29	13,9	19,9	87,0
	3 zcela spokojen	19	9,1	13,0	100,0
	Total	146	70,2	100,0	
Missing	neumím posoudit	62	29,8		
Total		208	100,0		

**Ohodnoťte, jak jste spokojen/a s informovaností o mikroregionu prostřednictvím následujících zdrojů? - Úřední desky**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid - 3 Zcela nespokojen	6	2,9	3,2	3,2
-2 nespokojen	9	4,3	4,8	8,0
-1 spíše nespokojen	15	7,2	8,0	16,0
0 ani spokojen ani nespokojen	36	17,3	19,3	35,3
1 spíše spokojen	47	22,6	25,1	60,4
2 spokojen	58	27,9	31,0	91,4
3 zcela spokojen	16	7,7	8,6	100,0
Total	187	89,9	100,0	
Missing neumím posoudit	21	10,1		
Total	208	100,0		

**Ohodnoťte, jak jste spokojen/a s informovaností o mikroregionu prostřednictvím následujících zdrojů? - Informační centrum**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid - 3 Zcela nespokojen	13	6,3	9,2	9,2
-2 nespokojen	9	4,3	6,4	15,6
-1 spíše nespokojen	9	4,3	6,4	22,0
0 ani spokojen ani nespokojen	41	19,7	29,1	51,1
1 spíše spokojen	29	13,9	20,6	71,6
2 spokojen	29	13,9	20,6	92,2
3 zcela spokojen	11	5,3	7,8	100,0
Total	141	67,8	100,0	
Missing neumím posoudit	67	32,2		
Total	208	100,0		

**Průměry preference způsobů trávení volného času**

	Kulturně	Aktivní sportovní aktivity	Pasivní sportovní aktivity	Extrovertní	Manuální	Introvertně konzumní
Mean	0,84	1,03	-0,25	1,03	1,04	0,51

**Průměry spokojenosti**

	Mean
Sportovní areály	1,09
Posilovny	0,96
Sportovní spolky	0,77
Koncerty	0,87
Výstavy	0,49
Tematické prohlídky zámku	1,32
Kulturní akce	1,65
Knihovny	1,01
Akce pro děti	2,06
Jiné sportovní možnosti	0,87

**Nedostatek volnočasových aktivit**

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Trávení volného času	Sportovní akce	44	12,5%	21,2%
	Kulturní akce	47	13,4%	22,6%
	manuální (tvoření, workshopy)	48	13,7%	23,1%
	Akce pro děti	16	4,6%	7,7%
	Akce pro dospělé	80	22,8%	38,5%
	Akce pro seniory	55	15,7%	26,4%
	jiné	18	5,1%	8,7%
	Nenacházím nedostatek v této oblasti	43	12,3%	20,7%
Total		351	100,0%	168,8%

**Zúčastnil/a jste se někdy jako divák nebo účinkující akce**

**Hry bez hranic?**

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Ano	106	51,0	51,0
	Ne	102	49,0	100,0
	Total	208	100,0	

**Průměry odnocení faktorů na akci Hry bez hranic**

	Soutěžní disciplíny	Doprovodné akce	Občerstvení	Dopravní dostupnost	Celková zábava
Mean	1,75	1,08	1,59	1,65	2,04

**Kolikrát jste navštívil/a akci Hry bez hranic?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1x	14	6,7	12,8	12,8
	2-3x	48	23,1	44,0	56,9
	4-6	16	7,7	14,7	71,6
	Pravidelný účastník	31	14,9	28,4	100,0
	Total	109	52,4	100,0	
Missing	0	99	47,6		
Total		208	100,0		

**Proč jste se neúčastnil/a Her bez hranic?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Preferuji jiné aktivity	21	10,1	20,6	20,6
	Nevěděl/a jsem o této akci	33	15,9	32,4	52,9
	Ztráta času	12	5,8	11,8	64,7
	Dopravní dostupnost	6	2,9	5,9	70,6
	Jiné	30	14,4	29,4	100,0
	Total	102	49,0	100,0	
Missing	0	106	51,0		
Total		208	100,0		

Jak jste spokojen/a v oblasti  
turistiky a cestovního ruchu v  
mikroregionu?

N	Valid	182
	Missing	26
Mean		0,90

**Jak jste spokojen/a v oblasti turistiky a cestovního ruchu v mikroregionu?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-2 nespokojen	9	4,3	4,9	4,9
	-1 spíše nespokojen	32	15,4	17,6	22,5
	0 ani spokojen ani nespokojen	9	4,3	4,9	27,5
	1 spíše spokojen	74	35,6	40,7	68,1
	2 spokojen	34	16,3	18,7	86,8
	3 zcela spokojen	24	11,5	13,2	100,0
	Total	182	87,5	100,0	
Missing	neumím posoudit	26	12,5		
Total		208	100,0		

**Navštívil/a jste někdy zámek v Plumlově?**

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Ano	171	82,2	82,2
	Ne	37	17,8	100,0
	Total	208	100,0	

**Víte o tom, že je na zámku v Plumlově zřízeno turistické informační centrum?**

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Ano	121	58,2	58,2
	Ne	87	41,8	100,0
	Total	208	100,0	

**Jakým způsobem jste se o turistickém informačním centru dozvěděl/a?**

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	0	87	41,8	41,8
	Z internetu	12	5,8	47,6
	Od známých	25	12,0	59,6
	Při návštěvě zámku	71	34,1	93,8
	Poutač u obchodu v Plumlově	3	1,4	95,2
	Jiné	10	4,8	100,0
	Total	208	100,0	

**Navštívil/a jste někdy toto turistické informační centrum?**

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	0	87	41,8	41,8
	Ano, jedenkrát	18	8,7	50,5
	Ano, vícekrát	42	20,2	70,7
	Ne	61	29,3	100,0
	Total	208	100,0	

**Spokojenost s úrovní životního prostředí**

		Čistota obcí	Čistota ovzduší	Množství zeleně v obcích	Péče o zeleň a vzhled obce	Čistota přehrady
N	Valid	201	204	204	198	192
	Missing	7	4	4	10	16
Mean		1,10	1,50	1,49	1,45	0,06

**Statistics**

		Ze leň	Klidová místa a místa k odpočinku	Místa pro volnočasové aktivity (sportoviště)	Odkanalizování obcí	Množství a dostupnost kontejnerů na tříděný odpad	Sběrná místa
N	Valid	194	208	204	186	198	189
	Missing	14	0	4	22	10	19
Mean		0,61	0,26	0,80	0,30	1,38	0,97

Spokojenost s institucemi školství			
	Základní školy	Mateřské školy	Umělecké školy
Mean	1,34	1,64	1,26

Jak jste spokojen/a s bezpečností  
v mikroregionu?

N	Valid	194
	Missing	14
Mean		1,26

**Jak jste spokojen/a s bezpečností v mikroregionu?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	- 3 Zcela nespokojen	3	1,4	1,5	1,5
	-2 nespokojen	7	3,4	3,6	5,2
	-1 spíše nespokojen	21	10,1	10,8	16,0
	0 ani spokojen ani nespokojen	22	10,6	11,3	27,3
	1 spíše spokojen	24	11,5	12,4	39,7
	2 spokojen	86	41,3	44,3	84,0
	3 zcela spokojen	31	14,9	16,0	100,0
	Total	194	93,3	100,0	
Missing	neumím posoudit	14	6,7		
Total		208	100,0		

**Spokojenost s infrastrukturou**

		Dostatek parkovacích míst	Stav vozovek	Stav chodníků	Cyklostezky	Úroveň autobusové dopravy
N	Valid	184	208	202	170	199
	Missing	24	0	6	38	9
Mean		4,05	3,69	4,20	2,96	4,87



## Vybrané výsledky třídění 2. stupně

**Jak jste celkově spokojen/a se životem v mikroregionu? \* Jak dlouho žijete na území mikroregionu? Crosstabulation**

% within Jak dlouho žijete na území mikroregionu?

	Jak dlouho žijete na území mikroregionu?					Total
	méně než 1 rok	1-5 let	6-10 let	11-15 let	Více než 15 let	
-2" nespokojen"				13,6%	2,3%	4,3%
-1 "spíše nespokojen"		16,7%			2,3%	2,9%
0 "ani spokojen ani nespokojen"				13,6%	19,1%	14,9%
1 "spíše spokojen"	100,0%	16,7%	66,7%	20,5%	9,9%	17,8%
2 "spokojen"		50,0%	33,3%	36,4%	34,4%	35,1%
3"zcela spokojen"		16,7%		15,9%	32,1%	25,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Jak jste celkově spokojen/a se životem v mikroregionu? \* Do jaké věkové kategorie se řadíte? Crosstabulation**

% within Do jaké věkové kategorie se řadíte?

	Do jaké věkové kategorie se řadíte?						Total
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56-65 let	nad 65 let	
-2" nespokojen"	5,2%		6,1%			12,0%	4,3%
-1 "spíše nespokojen"				8,1%		12,0%	2,9%
0 "ani spokojen ani nespokojen"	17,2%		18,4%	16,2%	40,0%		14,9%
1 "spíše spokojen"	12,1%	12,5%	24,5%	24,3%	20,0%	12,0%	17,8%
2 "spokojen"	36,2%	62,5%	30,6%	16,2%	20,0%	52,0%	35,1%
3"zcela spokojen"	29,3%	25,0%	20,4%	35,1%	20,0%	12,0%	25,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Jak jste celkově spokojen/a se životem v mikroregionu? \* Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání? Crosstabulation**

% within Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

		Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?				Total
		ZŠ	Výuční list	SŠ s maturitou	VŠ	
Jak jste celkově spokojen/a	-2" nespokojen"		5,2%	7,1%		4,3%
se životem v mikroregionu?	-1 "spíše nespokojen"	9,4%		3,6%		2,9%
	0 "ani spokojen ani nespokojen"	21,9%	20,7%	10,7%	8,8%	14,9%
	1 "spíše spokojen"	9,4%	15,5%	14,3%	38,2%	17,8%
	2 "spokojen"	34,4%	41,4%	41,7%	8,8%	35,1%
	3" zcela spokojen"	25,0%	17,2%	22,6%	44,1%	25,0%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Jak jste celkově spokojen/a se životem v mikroregionu? \* Jaké je Vaše pohlaví? Crosstabulation**

% within Jaké je Vaše pohlaví?

	Jaké je Vaše pohlaví?		Total
	Muž	Žena	
-2" nespokojen"	8,2%		4,3%
-1 "spíše nespokojen"	5,5%		2,9%
0 "ani spokojen ani nespokojen"	16,4%	13,3%	14,9%
1 "spíše spokojen"	22,7%	12,2%	17,8%
2 "spokojen"	28,2%	42,9%	35,1%
3" zcela spokojen"	19,1%	31,6%	25,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

**Jak jste spokojen/a s komunikací obce a mikroregionu se svými občany? \* Jak dlouho žijete na území mikroregionu?**

**Crosstabulation**

% within Jak dlouho žijete na území mikroregionu?

	Jak dlouho žijete na území mikroregionu?					Total
	méně než 1 rok	1-5 let	6-10 let	11-15 let	Více než 15 let	
- 3 Zcela nespokojen					2,4%	1,5%
-2 nespokojen	50,0%			6,8%	2,4%	4,6%
-1 spíše nespokojen		25,0%		27,3%	16,0%	17,9%
0 ani spokojen ani nespokojen			33,3%	13,6%	9,6%	10,7%
1 spíše spokojen	50,0%	50,0%		13,6%	25,6%	24,0%
2 spokojen		25,0%	66,7%	22,7%	22,4%	24,0%
3 zcela spokojen				15,9%	21,6%	17,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Jak jste spokojen/a s komunikací obce a mikroregionu se svými občany? \* Do jaké věkové kategorie se řadíte?**

**Crosstabulation**

% within Do jaké věkové kategorie se řadíte?

	Do jaké věkové kategorie se řadíte?						Total
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56-65 let	nad 65 let	
- 3 Zcela nespokojen		16,7%					1,5%
-2 nespokojen				16,2%	20,0%		4,6%
-1 spíše nespokojen	25,5%		19,6%	8,1%		36,0%	17,9%
0 ani spokojen ani nespokojen	5,5%	16,7%	13,0%	8,1%	40,0%		10,7%
1 spíše spokojen	30,9%	33,3%	26,1%	16,2%		24,0%	24,0%
2 spokojen	23,6%	16,7%	13,0%	43,2%	20,0%	24,0%	24,0%
3 zcela spokojen	14,5%	16,7%	28,3%	8,1%	20,0%	16,0%	17,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Jak jste spokojen/a s komunikací obce a mikroregionu se svými občany? \* Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?**

**Crosstabulation**

% within Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

		Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?				Total
		ZŠ	Výuční list	SŠ s maturitou	VŠ	
Jak jste spokojen/a s komunikací obce a mikroregionu se svými občany?	- 3 Zcela nespokojen			3,8%		1,5%
	-2 nespokojen		16,4%			4,6%
	-1 spíše nespokojen	58,6%	10,9%	11,5%	8,8%	17,9%
	0 ani spokojen ani nespokojen		16,4%	7,7%	17,6%	10,7%
	1 spíše spokojen		21,8%	35,9%	20,6%	24,0%
	2 spokojen	24,1%	21,8%	20,5%	35,3%	24,0%
	3 zcela spokojen	17,2%	12,7%	20,5%	17,6%	17,3%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Jak jste spokojen/a s komunikací obce a mikroregionu se svými občany? \* Do jaké kategorie se řadíte? Crosstabulation**

% within Do jaké kategorie se řadíte?

	Do jaké kategorie se řadíte?					Total
	Student	Zaměstnaný	Nezaměstnaný	Senior	Podnikatel	
- 3 Zcela nespokojen		3,1%				1,5%
-2 nespokojen		3,1%	37,5%			4,6%
-1 spíše nespokojen	31,1%	9,2%	18,8%	36,0%		17,9%
0 ani spokojen ani nespokojen	6,7%	15,3%	18,8%			10,7%
1 spíše spokojen	22,2%	21,4%	25,0%	24,0%	50,0%	24,0%
2 spokojen	22,2%	28,6%		24,0%	25,0%	24,0%
3 zcela spokojen	17,8%	19,4%		16,0%	25,0%	17,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Jak jste spokojen/a s komunikací obce a mikroregionu se svými občany? \* Jaké je Vaše pohlaví? Crosstabulation**

% within Jaké je Vaše pohlaví?

		Jaké je Vaše pohlaví?		Total
		Muž	Žena	
Jak jste spokojen/a s komunikací obce a mikroregionu se svými občany?	- 3 Zcela nespokojen		3,5%	1,5%
	-2 nespokojen	5,5%	3,5%	4,6%
	-1 spíše nespokojen	19,1%	16,3%	17,9%
	0 ani spokojen ani nespokojen	10,9%	10,5%	10,7%
	1 spíše spokojen	30,9%	15,1%	24,0%
	2 spokojen	21,8%	26,7%	24,0%
	3 zcela spokojen	11,8%	24,4%	17,3%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

**Jak jste spokojen/a v oblasti turistiky a cestovního ruchu v mikroregionu? \* Jak dlouho žijete na území mikroregionu? Crosstabulation**

**Crosstabulation**

% within Jak dlouho žijete na území mikroregionu?

	Jak dlouho žijete na území mikroregionu?					Total
	méně než 1 rok	1-5 let	6-10 let	11-15 let	Více než 15 let	
-2 nespokojen		20,0%	33,3%		2,5%	4,9%
-1 spíše nespokojen				24,3%	19,5%	17,6%
0 ani spokojen ani nespokojen		20,0%		16,2%		4,9%
1 spíše spokojen	100,0%	60,0%	33,3%	32,4%	39,8%	40,7%
2 spokojen			33,3%	8,1%	23,7%	18,7%
3 zcela spokojen				18,9%	14,4%	13,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Jak jste spokojen/a v oblasti turistiky a cestovního ruchu v mikroregionu? \* Do jaké věkové kategorie se řadíte?**

**Crosstabulation**

% within Do jaké věkové kategorie se řadíte?

	Do jaké věkové kategorie se řadíte?						Total
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56-65 let	nad 65 let	
-2 nespokojen		28,6%		8,8%			4,9%
-1 spíše nespokojen	14,8%		25,0%	17,6%	25,0%	24,0%	17,6%
0 ani spokojen ani nespokojen				8,8%	25,0%	12,0%	4,9%
1 spíše spokojen	29,6%	57,1%	58,3%	35,3%		52,0%	40,7%
2 spokojen	33,3%	14,3%	8,3%	20,6%		12,0%	18,7%
3 zcela spokojen	22,2%		8,3%	8,8%	50,0%		13,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Jak jste spokojen/a v oblasti turistiky a cestovního ruchu v mikroregionu? \* Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?**

**Crosstabulation**

% within Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

		Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?				Total
		ZŠ	Výuční list	SŠ s maturitou	VŠ	
Jak jste spokojen/a v oblasti turistiky a cestovního ruchu v mikroregionu?	-2 nespokojen	9,4%		4,2%	8,8%	4,9%
	-1 spíše nespokojen	12,5%	26,7%	16,9%	11,8%	17,6%
	0 ani spokojen ani nespokojen		20,0%			4,9%
	1 spíše spokojen	25,0%	46,7%	38,0%	52,9%	40,7%
	2 spokojen	28,1%		22,5%	26,5%	18,7%
	3 zcela spokojen	25,0%	6,7%	18,3%		13,2%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Jak jste spokojen/a v oblasti turistiky a cestovního ruchu v mikroregionu? \* Jaké je Vaše pohlaví? Crosstabulation**

% within Jaké je Vaše pohlaví?

		Jaké je Vaše pohlaví?		Total
		Muž	Žena	
Jak jste spokojen/a v oblasti turistiky a cestovního ruchu v mikroregionu?	-2 nespokojen	5,8%	3,8%	4,9%
	-1 spíše nespokojen	21,2%	12,8%	17,6%
	0 ani spokojen ani nespokojen	8,7%		4,9%
	1 spíše spokojen	46,2%	33,3%	40,7%
	2 spokojen	8,7%	32,1%	18,7%
	3 zcela spokojen	9,6%	17,9%	13,2%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

**Jak jste spokojen/a s bezpečností v mikroregionu? \* Jak dlouho žijete na území mikroregionu? Crosstabulation**

% within Jak dlouho žijete na území mikroregionu?

	Jak dlouho žijete na území mikroregionu?					Total
	méně než 1 rok	1-5 let	6-10 let	11-15 let	Více než 15 let	
- 3 Zcela nespokojen					2,5%	1,5%
-2 nespokojen	50,0%				3,3%	3,6%
-1 spíše nespokojen	50,0%	20,0%		13,6%	7,5%	10,8%
0 ani spokojen ani nespokojen		20,0%		6,8%	13,3%	11,3%
1 spíše spokojen		20,0%		27,3%	7,5%	12,4%
2 spokojen		40,0%	66,7%	34,1%	49,2%	44,3%
3 zcela spokojen			33,3%	18,2%	16,7%	16,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Jak jste spokojen/a s bezpečností v mikroregionu? \* Do jaké věkové kategorie se řadíte? Crosstabulation**

% within Do jaké věkové kategorie se řadíte?

	Do jaké věkové kategorie se řadíte?						Total
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56-65 let	nad 65 let	
- 3 Zcela nespokojen		14,3%					1,5%
-2 nespokojen	8,0%			8,1%			3,6%
-1 spíše nespokojen	6,0%		13,0%	16,2%	20,0%	12,0%	10,8%
0 ani spokojen ani nespokojen	14,0%		6,5%	16,2%		24,0%	11,3%
1 spíše spokojen	6,0%	28,6%	13,0%	16,2%	20,0%		12,4%
2 spokojen	50,0%	42,9%	52,2%	18,9%	60,0%	48,0%	44,3%
3 zcela spokojen	16,0%	14,3%	15,2%	24,3%		16,0%	16,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Jak jste spokojen/a s bezpečností v mikroregionu? \* Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání? Crosstabulation**

% within Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

		Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?				Total
		ZŠ	Výuční list	SŠ s maturitou	VŠ	
Jak jste spokojen/a s bezpečností v mikroregionu?	- 3 Zcela nespokojen			3,9%		1,5%
	-2 nespokojen	14,3%	5,5%			3,6%
	-1 spíše nespokojen	10,7%	10,9%	11,7%	8,8%	10,8%
	0 ani spokojen ani nespokojen	14,3%	21,8%	7,8%		11,3%
	1 spíše spokojen		5,5%	23,4%	8,8%	12,4%
	2 spokojen	42,9%	32,7%	40,3%	73,5%	44,3%
	3 zcela spokojen	17,9%	23,6%	13,0%	8,8%	16,0%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%



### Jak jste spokojen/a s bezpečností v mikroregionu? \* Jaké je Vaše pohlaví? Crosstabulation

% within Jaké je Vaše pohlaví?

		Jaké je Vaše pohlaví?		Total
		Muž	Žena	
Jak jste spokojen/a s bezpečností v mikroregionu?	- 3 Zcela nespokojen		3,6%	1,5%
	-2 nespokojen		8,3%	3,6%
	-1 spíše nespokojen	16,4%	3,6%	10,8%
	0 ani spokojen ani nespokojen	13,6%	8,3%	11,3%
	1 spíše spokojen	13,6%	10,7%	12,4%
	2 spokojen	47,3%	40,5%	44,3%
	3 zcela spokojen	9,1%	25,0%	16,0%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

### Correlations

			Do jaké věkové kategorie se řadíte?	Které prvky postrádáte v rámci životního prostředí? - - Klidová místa a místa k odpočinku
Spearman's rho	Do jaké věkové kategorie se řadíte?	Correlation Coefficient	1,000	-,267**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	208	208
	Které prvky postrádáte v rámci životního prostředí? - - Klidová místa a místa k odpočinku	Correlation Coefficient	-,267**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	208	208

Stav vozovek dle místa bydliště

### Chi-Square Tests

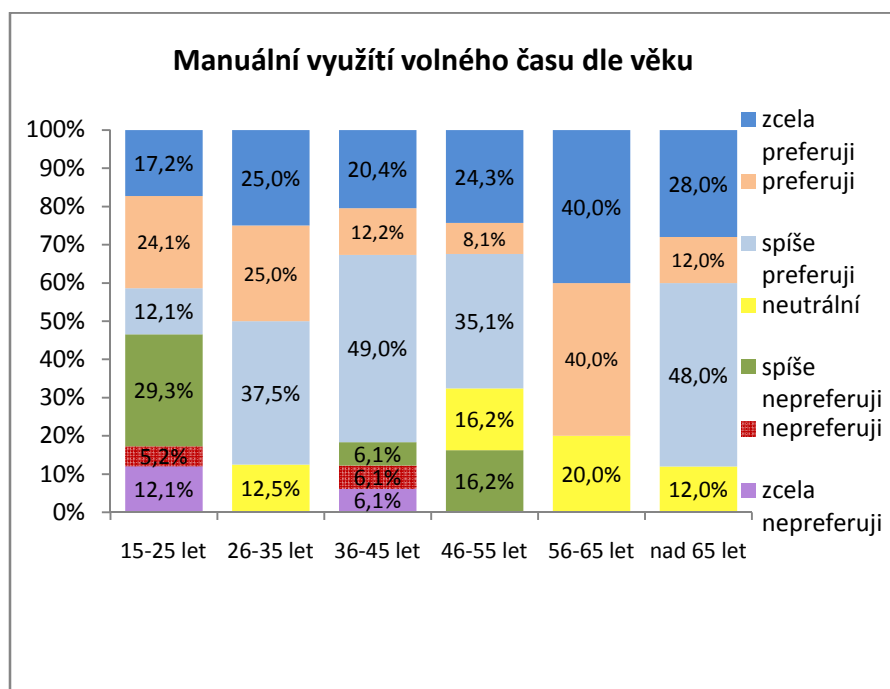
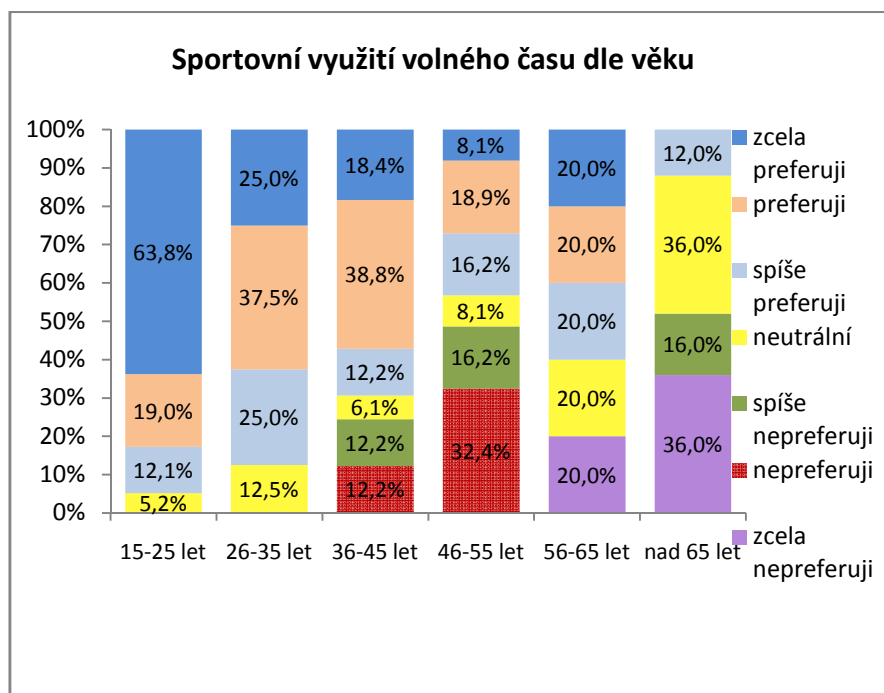
	Value	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
		Significance	99% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
Fisher's Exact Test	115,652	,000	,000	,000

**Symmetric Measures**

		Value	Approximate Significance	Monte Carlo Significance		
				Significance	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Nominal by Nominal	Phi	,833	,000	,000 <sup>c</sup>	,000	,000
	Cramer's V	,340	,000	,000 <sup>c</sup>	,000	,000
N of Valid Cases		208				

c. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

## Příloha 4 – grafy srovnání manuálního a sportovního vyžití



## Příloha 5 – návrh úvodní stránky

